DESIGN GRÁFICO

dos Anos

60&70

Pôsteres e Capas de Discos

COLETIVO
hermèticas

DESIGN GRÁFICO dos Anos 60&70

Pôsteres e Capas de Discos

COLETIVO
hermèticos

© 2016 by Coletivo Heméticos

1.ed. 2016
Capa: Kethlenn Oliveira
Ilustradores: Kethlenn Oliveira e Wilson Steola
Projeto Gráfico: Jenifer Albuquerque, Kethlenn Oliveira,
Larissa Machado, Thamires Freitas e Wilson Steola

Dados internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Coletivo heméticos.
Design gráfico dos anos 60 & 70 - pôsteres e capas de discos / Jennifer Albuquerque, Kethlenn Oliveira, Larissa Machado, Thamires Freitas, Wilson Steola - 1. ed. - São Paulo: Heméticos, 2016.

Inclui bibliografia, glossário e lista de figuras.
ISBN 206-11-492-261-4

1.Design gráfico 2. Pôsteres 3. Capas de discos 4. Arte 5. Anos 60 e 70

06-4304 CDD-658

Índice para catálogo sistemático:
1.Design gráfico 658

COLETIVO
hermèticos

Av. Roque Petroni Jr., 630,
Morumbi, cep 04707-000,
São Paulo (SP)
Tel: (011) 3357-9144
hermeticos.com.br

Disponível em:
https://issuu.com/coletivohermeticos/docs/designgraficodosanos60e70

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS - É proibida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio. A violação dos direitos de autor (Lei n° 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

DEDICAMOS ESTE LIVRO ÀS PESSOAS QUE APOIARAM A CONTRACULTURA DOS ANOS 60 E 70, QUE REVOLUCIONARAM O DESIGN E O MUNDO DAS ARTES.

“SE VOCÊ NÃO CONSEGUE LER, NÃO É PARA VOCÊ.”
CAMBESES, 2004

Introdução

A rebeldia dos jovens, o uso de drogas, os cabelos compridos e as roupas coloridas, a contracultura dos anos 60 e posteriormente a diversidade dos anos 70 acabaram por influenciar todo o mundo das artes. O psicodelismo foi um dos principais movimentos da época, tendo início em 1967, quando ocorreu uma série de manifestações e protestos em vários países como Estados Unidos, Cuba, Inglaterra, França, Brasil. Se o mundo da música serviu como uma voz para essa geração que lutava por mudanças, suas manifestações gráficas construíram a visualidade desta década. O movimento psicodélico, o estilo punk e grunge na tipografia, refletiam graficamente o que as ruas diziam. A famosa contracultura dos anos 60 e 70 alavancou as criações de capas de discos e pôsteres deste período, trazendo uma linguagem que pretendia romper com todos os padrões impostos pelo modernismo.

SUM

12 REVOLUÇÃO, CONTRACULTURA E ROCK N' ROLL

14 O psicodelismo, os protestos e as novas técnicas *Richard Hollis*

15 Cuba

18 Califórnia, o underground e o alternativo

19 Protesto: 1968 e Vietnã

26 A Mania dos cartazes *Phillip B. Meggs*

32 A criação e Recepção do novo código Visual *Fabricio Grisolia Torres*

40 TIPOGRAFIA E SUAS FORMAS MUITO LOUCAS

42 Psicodelismo e tipografia underground *Priscila farias*

50 Psicodélicas - um tipo muito louco *Carlos Perrone*

58 Relação entre corpos, tipos e tipos de corpos

ário

62 A LINGUAGEM VISUAL POR TRÁS DOS PÔSTERES

64 A Contracultura e as Viagens Alucinógenas no uso das Cores *Design Innova*

66 Cartazes e o New Design

67 Artistas do movimento *Desinteração*

88 Push Pin: Design de Vanguarda e contestador *ABC Design*

91 Push Pin

94 E O BRASIL TAMBÉM SACUDIU

96 As capas de discos, da Bossa Nova ao Tropicalismo *Chico Homem de Melo*

102 Superbacana

108 Coragem Para Suportar

114 O Multinstrumentista

120 Lista de Imagens

124 Glossário

126 Bibliografia

make LOVE NOT WAR

END THE WAR IN INDOCHINA VIETNAM NOW

REVOLUÇÃO, CONTRACULTURA E ROCK'N ROLL

MAKE LOVE, NOT WAR! Esse era um dos diversos gritos de guerra dos protestos de 1968. Estados Unidos, Cuba, França e outros países se manifestavam contra a guerra do Vietnã e se expressavam nas ruas. O movimento hippie, drogas e a música tiveram muita importância para os jovens, que marcaram essa era de revoluções. E é claro, o cartaz estava lá, mais presente do que nunca, cumprindo muito bem o seu papel.

Por K. OLIVEIRA

O PSICODELISMO, OS PROTESTOS E AS NOVAS TÉCNICAS

RICHARD HOLLIS

Durante os anos 60 o design gráfico era visto como uma solução para problemas de comunicação. Também era apresentado ao público nos veículos de comunicação de massa como algo semelhante à moda: preocupado em ter bom gosto, em ser moderno e até mesmo avançado. Como era uma arte visual, o design gráfico respondia à moda, mas as mudanças em seu estilo resultaram de uma série de pressões oriundas dos desenvolvimentos na tecnologia, na moda e na sociedade. E como não era apenas uma arte visual, mas também verbal, atraiu o interesse dos acadêmicos, que começavam a perceber a importância social das comunicações. O canadense Marshall McLuhan, partindo de uma análise de anúncios em 1958, desenvolveu sua idéia de que "o meio é a mensagem". Ele afirmava que "as sociedades sempre foram moldadas mais pela natureza do meio pelo qual os homens se comunicavam do que pelo conteúdo da comunicação".

Segundo McLuhan, a tradição de composição tipográfica, iniciada por Gutenberg, pertencia a uma era quase defunta, a era da mecânica. Essa técnica, sugeriu ele, induziu o homem a certos padrões de pensamento que estimularam a especialização e a alienação; a nova "tecnologia eletrônica" faria de todos nós membros da "aldeia global".

McLuhan reconhecera a intecessão entre a tecnologia e mudança política. Embora os designers sempre tivessem percebido que havia mais coisas na comunicação além de seu conteúdo óbvio, eles só agora começavam a se dar conta dos efeitos provocados pelas mudanças técnicas. Sua profissão, recém-estabelecida, já assimilara uma série de mudanças na tecnologia de impressão. A fotografia foi uma inovação fundamental, primeiro como meio de geração de imagens (no início em preto e branco e agora também em cores); segundo, como meio de composição, permitindo o espacejamento de letras — impossível quando a impressão era feita diretamente a partir de tipos metálicos. Os computadores agora permitiam o armazenamento e a rápida organização de informações. Nessa época, porém, essas inovações ainda não haviam alterado significativamente o trabalho dos designers, que continuavam a trabalhar em papel e não na tela do computador, cuja utilização só se tornou realmente difundida na década de 80.

Na página anterior: colagem da ilustração com fotografias dos ícones do rock Janis Joplin e Jimi Hendrix, junto com jovens franceses protestando.
Abaixo: Campanha pelo desarmamento nuclear, símbolo criado por Gerald Holtom, 1958

As mudanças nos hábitos de trabalho, a diversificação e os desafios profissionais advinham mais comumente de fatores culturais e políticos do que de mudanças tecnológicas. A reação à guerra do Vietnã (1964-75), os protestos sociais — exemplificados nos eventos ocorridos em maio de 1968 em Paris —, a revolução cubana, a música pop e o uso de drogas alucinógenas, tudo isso foi expresso por meio da linguagem gráfica. Novas formas gráficas desenvolveram-se independentemente do design gráfico estabelecido e de como essa atividade era entendida por seus profissionais. Essas novas formas preenchiam uma lacuna existente entre o formalismo distante e frio do estilo suíço e o gosto popular. Apesar da facilidade cada vez maior de comunicação internacional, o design gráfico ainda possuía características gráficas locais; as mudanças ainda eram provocadas por indivíduos (designers), a partir de circunstâncias particulares.

CUBA

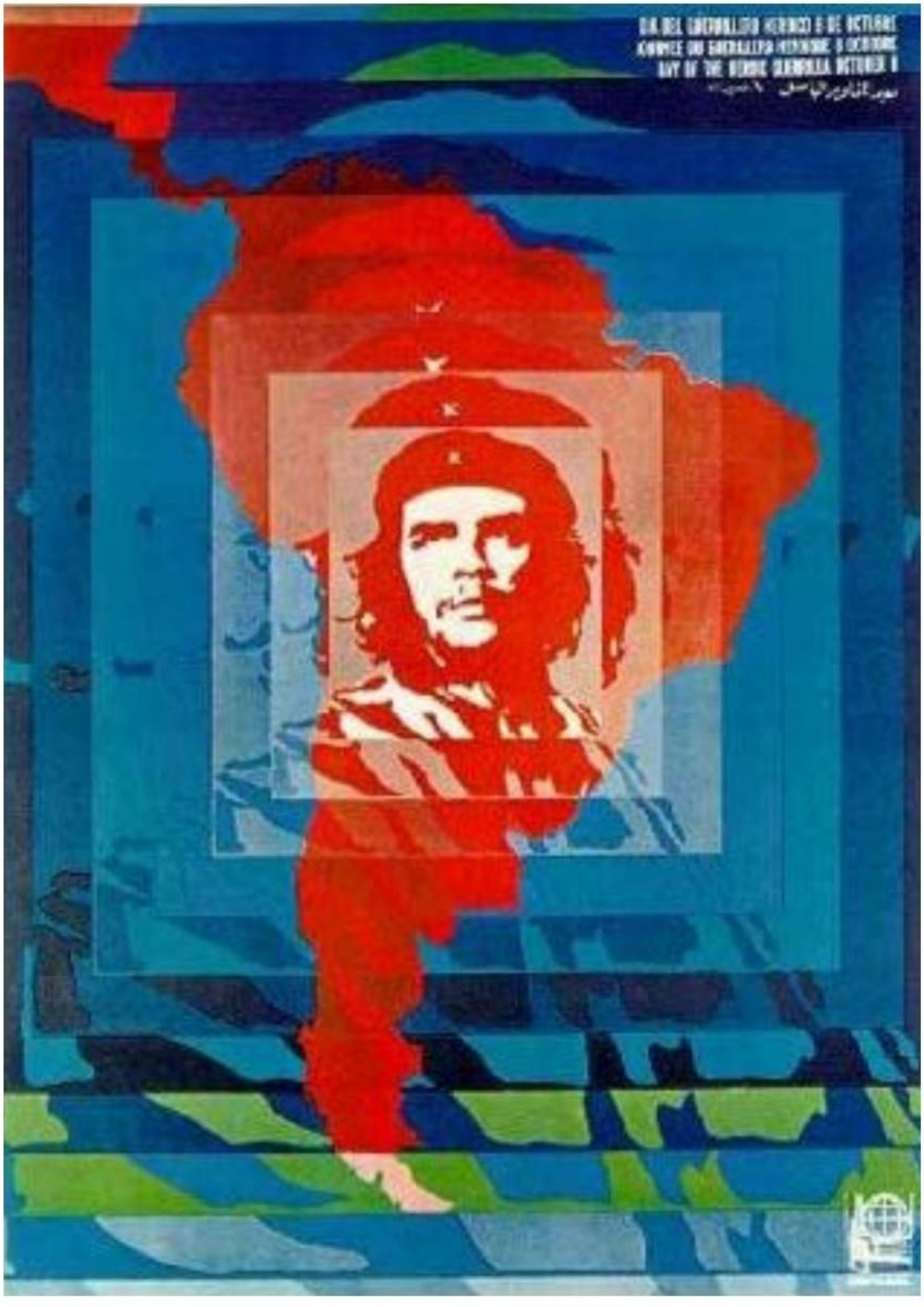
A revolução cubana de 1959 liberou uma notável onda de energia gráfica, visível especialmente na torrente de pôsteres produzidos. Os pôsteres anunciavam eventos culturais (filmes, balés e atrações folclóricas), convocavam as massas para comícios públicos e proclamavam as realizações revolucionárias. Seus designers, diferentemente daqueles do primeiro período soviético, não seguiam nenhuma estética ideológica. Empregavam uma inspirada mistura de técnicas que remontavam aos trabalhos de Saul Bass, dos estúdios Push Pin e dos pôsteres tchecos e poloneses, e seu trabalho nada ficava a dever em termos de qualidade técnica de reprodução. Pelo contrário, muitos dos primeiros pôsteres foram impressos por meio de serigrafia, a partir de estênceis cortados manualmente pelos designers. A simplicidade técnica desses trabalhos adivinha de necessidades econômicas. As fotos eram de alto contraste (sem meios-tons), uma restrição que foi explorada com especial habilidade nos pôsteres de cinema criados por Eduardo Munoz Bachs e René Azcuy. As formas em cores uniformes e as letras sem serifa produziam um efeito que lembrava a técnica utilizada por Lester Beall nos pôsteres para a *Rural Electrification Administration*, na década de 30, e esse efeito foi reexplorado durante dez anos por Felix Beltran, um designer cubano que trabalhara em publicidade nos Estados Unidos.

Não havia publicidade em Cuba e todos os anúncios eram controlados pelo estúdio governamental *Intercomunicaciones*. Os pôsteres produzidos para exportação, para demonstrar

Baisers volés (Beijos Roubados), pôster do filme (1970) Renê Azcuy

solidariedade com as demais nações comunistas, eram distribuídos no exterior pela OSPAAAL (Organização de Solidariedade com os Povos da África, Ásia e América Latina). A maior parte deles tinha slogans banais, como *Hasta ia Victoria Siempre* (Sempre em frente, até a vitória), ligados a uma imagem simples. Algumas vezes, como acontecia nas obras de Beltran, apresentavam uma elegância desarmônica. A imagem do líder guerrilheiro e ex-ministro Che Guevara, com sua boina preta e a estrela de cinco pontas, evocando a figura de Cristo, tornou-se um ícone internacional.

Um pôster criado em 1968 para celebrar o "Dia da Guerrilha Heróica" foi um dos pouquíssimos a utilizar uma imagem que representava mais do que uma simples ilustração para um slogan. A efígie em vermelho de Che Guevara, o símbolo da luta armada, expande-se em retângulos concêntricos. Sobre um mapa da América do Sul, uma metáfora gráfica precisa para expressar o avanço da revolução pelo continente. Seu designer, Tony Evora, era editor de arte de *Lunes*, o suplemento cultural das segundas-feiras do jornal *Revolución*. Impresso em duas cores, o *Lunes* tinha muito em comum com um periódico mais antigo, o II Politecnico de Milão, com o qual compartilhava da mesma estratégia de educação cultural. Como os pôsteres, trouxe às massas algo que anteriormente pertencia à cultura de elite. A própria editora do jornal, a *Ediciones R*, introduziu o design de livros em Cuba. Os pôsteres educativos de página inteira do *Revolución*, usados na luta contra o analfabetismo, são um exemplo típico do papel do design gráfico no esforço para transformar o país.

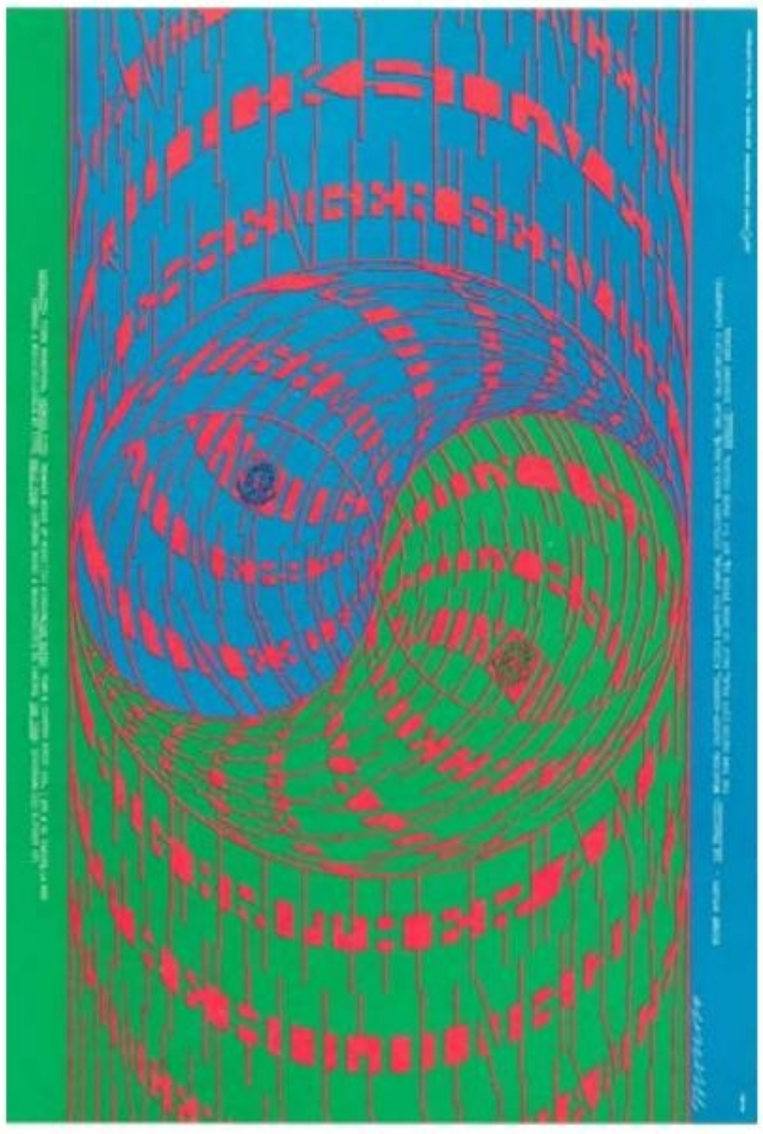


"Dia da Guerrilha Heróica",
pôster de 1968, por Tony Evora.

CALIFÓRNIA, O UNDERGROUND E O ALTERNATIVO

O fundo em xadrez e as cores complementares no pôster de Che Guevara criado por Evora lembram os pôsteres "psicodélicos" desenhados para concertos de rock em meados dos anos 60, especialmente em São Francisco. As drogas eram legais na Califórnia até 1966, e sua influência na percepção, imitada nos concertos através das luzes estroboscópicas, era simulada no trabalho gráfico por meio de uma deslumbrante repetição de contrastes cromáticos, seja entre preto e branco, seja entre as cores complementares. Um dos designers mais importantes dessa época, Wes Wilson, afirmava que escolhia suas cores a partir de suas experiências visuais com o LSD. O nome mais conhecido do grupo de designers psicodélicos da Califórnia, é o único com formação em arte, era Victor Moscoso, que estudara as cores em Xale com Josef Albers, e professor da Bauhaus. Moscoso combinava efeitos de vibração óptica obtidos por meio das cores com letras formais que ele tornava quase ilegíveis através de uma total equivalência entre elementos positivos e negativos: o espaço existente entre as letras e dentro delas era contrabalançado pelas próprias letras, da mesma maneira como cores adjacentes contrastam entre si com igual intensidade. As letras de Wilson eram tiradas diretamente dos tipos secessionistas vienenses, que ele encontrou no catálogo da exposição "Jugendstil e Expressionismo", realizada na Universidade da Califórnia em novembro de 1965. O meio não se tornou toda a mensagem, mas grande parte dela: a mensagem desses trabalhos era que eles eram "*underground*".

"*Underground*" era um termo usado para descrever a atitude de oposição ao establishment de muitos jovens de classe média nos anos 60, que haviam adotado valores culturais e posições políticas alternativos, fora dos padrões sociais convencionais ou contra eles. Nos Estados Unidos, essa postura foi identificada com a cultura *hippie*, com os movimentos pela paz e com a ecologia, cuja causa era promovida através de um imenso catálogo ilustrado, o *Whole Earth Catalog* (O catálogo de toda a Terra). Esse movimento *underground* utilizava a tecnologia gráfica do faça-você-mesmo, que precedeu a editoração eletrônica. Composto numa *IBM composer Selectric* com esfera de tipos — uma sofisticada máquina de escrever —, o texto era impresso em offset com litografias, um método introduzido pelo semanário nova-iorquino *East Village Other*. Esse semanário foi concebido em 1965 como "um jornal visualmente revolucionário, que usava técnicas de off-set não apenas para economizar".

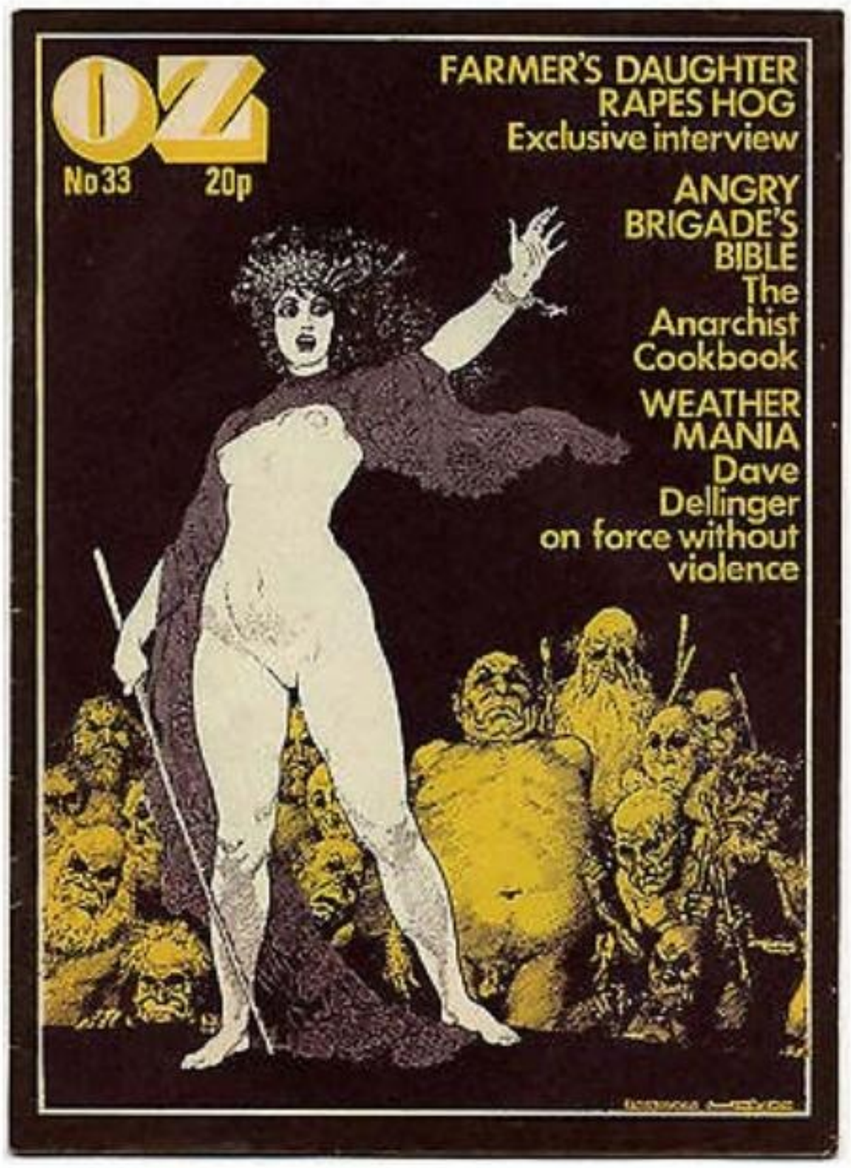


À esquerda: Quicksilver Messenger Service, pôster do concerto, 1967, Victor Moscoso. À direita: Procol Harum, pôster do concerto, 1969, Lee Conklin

Em todo o mundo, as revistas underground aceitaram de bom grado a má qualidade da impressão off-set em papel barato. Além de imprimir textos sobre imagens coloridas toscas, esses periódicos tinham como objetivo "garantir que ninguém acima de trinta" os lesse. Esse estilo, cuja informalidade alimentava a idéia de que não era preciso ter nenhuma qualificação especial para produzir uma revista, espalhou-se rapidamente. Surgiu em Amsterdam com o HITWEEK, REAL FREE PRESS e HOTCHA! e na Inglaterra com o OZ, INTERNATIONAL TIMES e FRENDZ.

Comum a todas essas revistas era o crescente controle exercido pelos responsáveis por seus layouts. As palavras e imagens eram posicionadas na página pelos designers e não pelos impressores. A fotocompositora com esfera de tipos, operada pelo jornalista ou pelo designer, podia gerar o texto no próprio estúdio. Os títulos podiam ser produzidos com Letraset, em vez de serem compostos por impressores. O sistema de transferência fotomecânica para a ampliação e redução de imagens, que as deixava prontas para reprodução, permitia a modificação, o refinamento e o posicionamento dessas imagens no estúdio, dando ao designer um controle direto sobre os primeiros estágios da preparação da foto para a impressão.

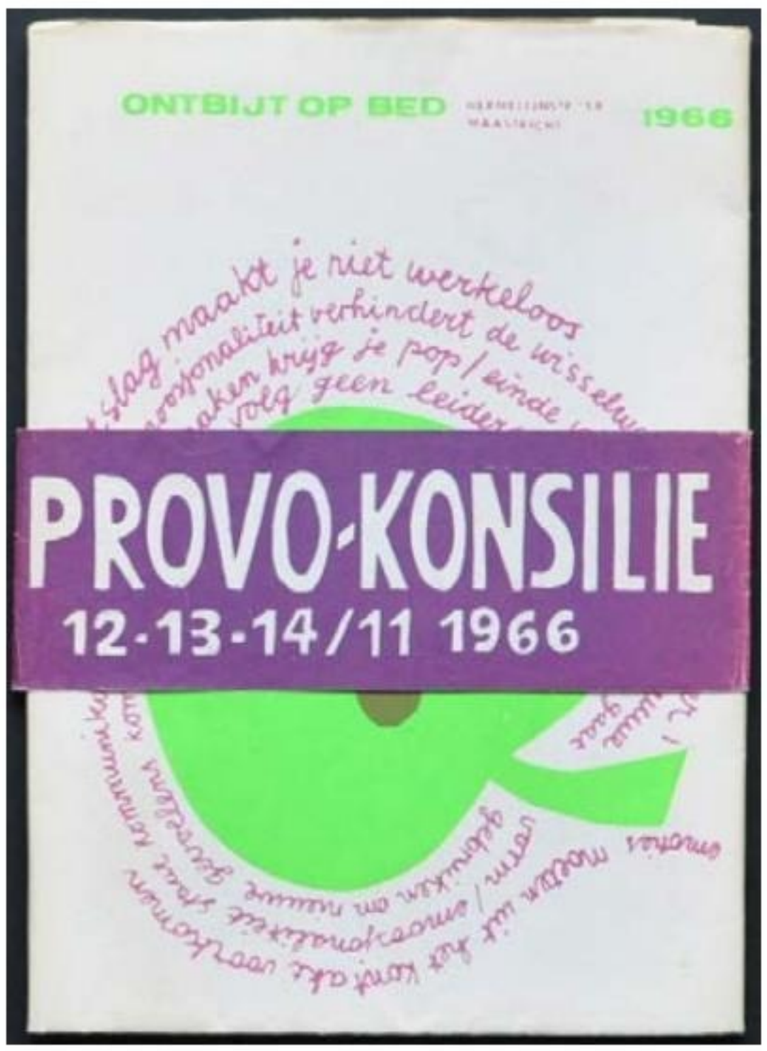
revistas



Acima: Revista OZ, Nº 33, 1971
À direita: Revista Ontbijt op Bed, Edição Nº 750, Setembro, 1966.
Capa e contracapa impressa em serigrafia e offset
28 págs,16.5 x 20.8 cm

underground

Edição de novembro de 1966
da Ontbijt op Bed . Na imagem
abaixo, a revista está fechada
e à direita, ela se encontra
desdobrada, formando um pôster.
Impressa em serigrafia.
18.0 x 25.5 cm

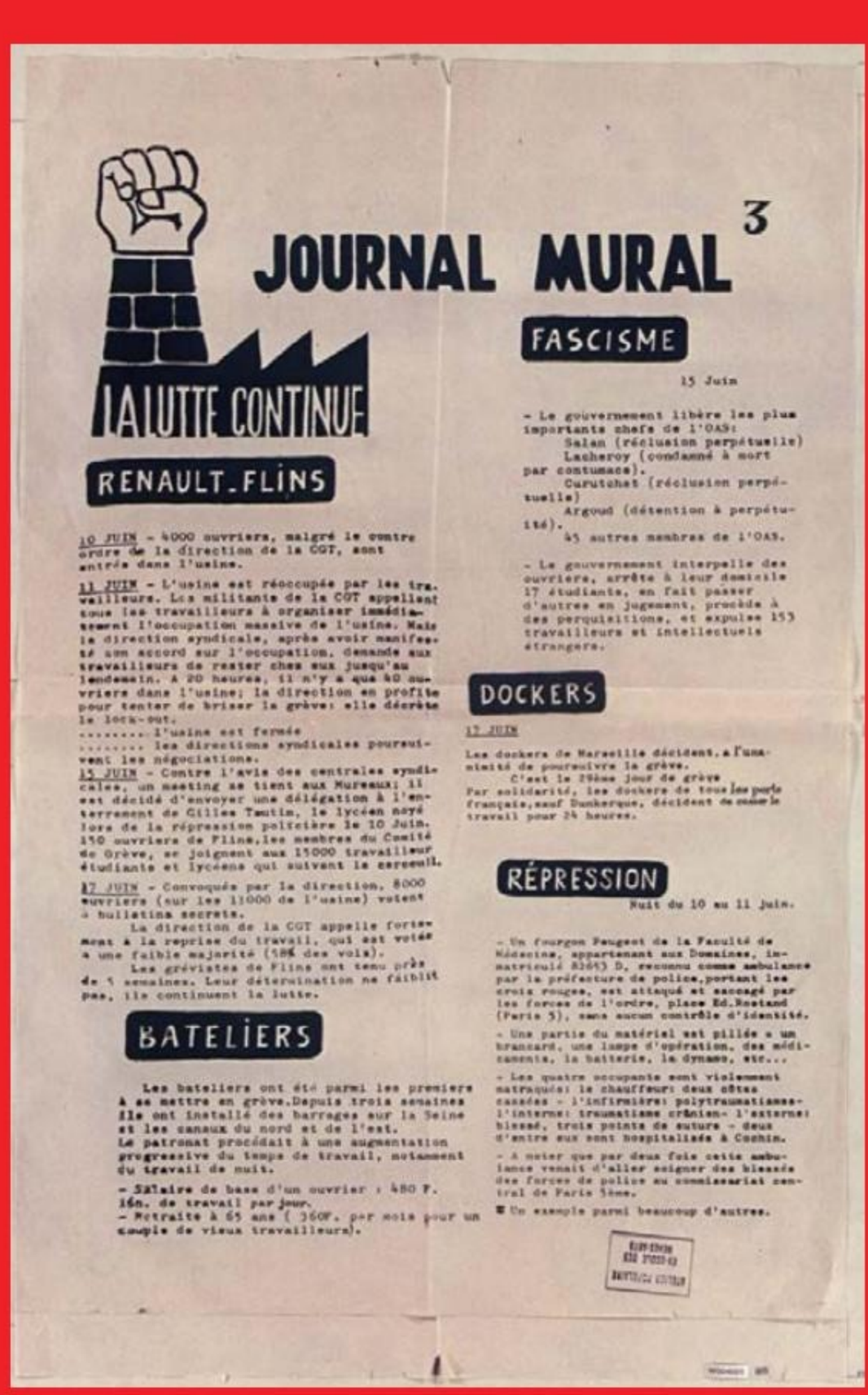


PROTESTO: 1968 E VIETNÃ

No final dos anos 60, os estudantes e grupos de protesto dominaram as técnicas de impressão, no mais surpreendente desafio ao avanço técnico e à mídia eletrônica. Era uma reação a uma série de eventos — principalmente à guerra do Vietnã, mas também aos assassinatos de Che Guevara e Martin Luther King, em 1967 e 1968 respectivamente, seguidos pelos "eventos" de maio em Paris e pela invasão soviética da Tchecoslováquia em agosto. O estado tinha a televisão para levar sua visão dos fatos à casa das pessoas; os estudantes tinham as ruas para apresentar seu lado da história. As demonstrações, muitas vezes violentas, mostravam a intensidade, a dimensão e o ardor de seu compromisso com a causa; mas foram seus pôsteres que produziram uma impressão dramática e indelével.

Durante a revolta estudantil em Paris, em maio de 1968, os pôsteres eram produzidos no *Atelier Populaire*, pelos estudantes da *École des Beaux-Arts* (Escola de Belas-Artes). A principal técnica utilizada por eles era a serigrafia, um processo cuja economia era igualada por uma extrema compactação gráfica. Os slogans eram inspirados nos desafiadores gritos de guerra usados pelos estudantes ao enfrentar a polícia nas ruas. Escritos a giz num quadro-negro e refinados por um comitê, serviram de base para trezentos ou mais designs distribuídos por

Pôster "Somos o poder", Paris, 1968.


JOURNAL MURAL 3
LA LUTTE CONTINUE
RENAULT-FLINS
10 JUIN - 4000 ouvriers, malgré le contre ordre de la direction de la CGT, sont entrés dans l'usine.
11 JUIN - L'usine est réoccupée par les travailleurs. Les militants de la CGT appellent tous les travailleurs à organiser immédiatement l'occupation massive de l'usine. Mais la direction syndicale, après avoir manifesté son accord sur l'occupation, demande aux travailleurs de rester chez eux jusqu'au lendemain. A 20 heures, il n'y a que 40 ouvriers dans l'usine; la direction en profite pour tenter de briser la grève: elle décrète le lock-out.
..... l'usine est fermée
..... les directions syndicales poursuivent les négociations.
15 JUIN - Contre l'avis des centrales syndicales, un meeting se tient aux Mureaux; il est décidé d'envoyer une délégation à l'enterrement de Gilles Tautin, le lycéen noyé lors de la répression policière le 10 Juin. 150 ouvriers de Flins,les membres du Comité de Grève, se joignent aux 15000 travailleur étudiants et lycéens qui suivent le cercueil.
17 JUIN - Convoqués par la direction, 8000 ouvriers (sur les 11000 de l'usine) votent à bulletins secrets.
La direction de la CGT appelle fortement à la reprise du travail, qui est votée à une faible majorité (58% des voix).
Les grévistes de Flins ont tenu près de 4 semaines. Leur détermination ne faiblit pas, ils continuent la lutte.
BATELIERS
Les bateliers ont été parmi les premiers à se mettre en grève.Depuis trois semaines ils ont installé des barrages sur la Seine et les canaux du nord et de l'est.
Le patronat procédait à une augmentation progressive du temps de travail, notamment du travail de nuit.
- Salaire de base d'un ouvrier : 480 F. 16h. de travail par jour.
- Retraite à 65 ans (360F. par mois pour un couple de vieux travailleurs).
FASCISME
15 Juin
- Le gouvernement libère les plus importants chefs de l'OAS:
Salan (réclusion perpétuelle)
Lacheroy (condamné à mort par contumace).
Curutchet (réclusion perpétuelle)
Argoud (détention à perpétuité).
45 autres membres de l'OAS.
- Le gouvernement interpelle des ouvriers, arrête à leur domicile 17 étudiants, en fait passer d'autres en jugement, procède à des perquisitions, et expulse 153 travailleurs et intellectuels étrangers.
DOCKERS
17 JUIN
Les dockers de Marseille décident, à l'unanimité de poursuivre la grève.
C'est le 29ème jour de grève
Par solidarité, les dockers de tous les ports français,sauf Dunkerque, décident de cesser le travail pour 24 heures.
RÉPRESSION
Nuit du 10 au 11 Juin.
- Un fourgon Peugeot de la Faculté de Médecine, appartenant aux Domaines, immatriculé 8265 D, reconnu comme ambulance par la préfecture de police,portant les croix rouges, est attaqué et saccagé par les forces de l'ordre, place Ed.Rostand (Paris 5), sans aucun contrôle d'identité.
- Une partie du matériel est pillé : un brancard, une lampe d'opération, des médicaments, la batterie, la dynamo, etc...
- Les quatre occupants sont violemment matraqués: le chauffeur: deux côtes cassées - l'infirmière: polytraumatisme- l'interne: traumatisme crânien- l'externe: blessé, trois points de suture - deux d'entre eux sont hospitalisés à Cochin.
- A noter que par deux fois cette ambulance venait d'aller soigner des blessés des forces de police au commissariat central de Paris 5ème.
■ Un exemple parmi beaucoup d'autres.

Acima: Pôster "A polícia gruda na Escola de Belas Artes – A Escola de Belas Artes gruda (seus pôsteres) na rua", Paris, 1968.
À direita: Jornal de Paris, 1968.

Da esquerda para direita: "Greve", pôster, College of Environmental Design, Berkeley, Califórnia, 1970. "I Want Out" (Quero sair 'da guerra'), "Comitê para desacreditar a guerra do Vietnã, 1971.

estudantes e trabalhadores por toda a capital. As mensagens eram inequívocas, e as impressões, feitas em regime de urgência. Algumas vezes usavam uma cor, mas na maior parte das vezes eram em preto branco. Um esquema muito utilizado era a inversão do preto e do branco, em que as letras eram impressas em branco sobre fundo preto. Isso era obtido diretamente no processo de serigrafia, preparando-se a tela em negativo. Os estudantes exploravam a simplicidade de seus meios gráficos (letras desenhadas e silhuetas pintadas) para questionar o complexo aparato utilizado na produção de imagens impressas na sociedade de consumo, a cujos valores se opunham. Nem no meio nem na mensagem havia lugar para a modulação de tom proporcionada pelo cinza fotográfico ou pelas distrações proporcionadas pela cor.

Esse tipo de graffiti impresso era produzido em oficinas de pôster em muitos países. Era uma arma de propaganda, de resposta rápida, como se viu na Tchecoslováquia após a invasão soviética em 1968. Era usado por grupos de estudantes para estimular ondas de protesto contra as autoridades, além de servir de voz para feministas e ativistas em questões sociais.

Os pôsteres exerceram um importante papel nos apelos à paz e ao desarmamento, especialmente no caso do Vietnã. Alguns deles fdram realizados por designers profissionais. Em Nova York, os diretores de arte de agências de propaganda se juntaram para produzir

OS PÔSTERES EXERCERAM UM IMPORTANTE PAPEL NOS APELOS À PAZ E AO DESARMAMENTO.

anúncios para o Committee to Help Unsell the War (Comitê para Ajudar a Desacreditar a Guerra), nos quais utilizavam os mesmos arranjos de imagem, títulos e textos usados diariamente para vender produtos e serviços.

A mais poderosa demonstração da eficácia do texto impresso e da imagem sem movimento foi produzida em 1970 pela *Art Workers Coalition* (Coalizão dos Profissionais da Arte) nos Estados Unidos, que se apropriou de conhecidas técnicas de jornalismo televisivo — fotos documentais e diálogos de entrevistas. A uma foto colorida de aldeões vietnamitas massacrados é sobreposto um texto ampliado e toscamente impresso de uma entrevista feita com uma testemunha do massacre, na qual ela fala de suas ordens de forma lacônica: "P. Bebês também? R. Bebês também". Congelada na folha impressa, e não apenas momentaneamente exibida na tela cintilante da televisão, a foto transmite ao espectador todo o seu horror, um horror enfatizado ainda mais pelas terríveis palavras.

No interior das casas, os pôsteres políticos e culturais tornaram-se, além de objeto decorativo, um símbolo de status e compromisso ideológico de seu proprietário. Esses pôsteres estenderam os limites do design gráfico, que não era mais associado apenas a interesses comerciais. Sua produção não dependia da indústria gráfica nem de designers profissionais. O indivíduo podia agora criar a mensagem e controlar seus meios de produção.

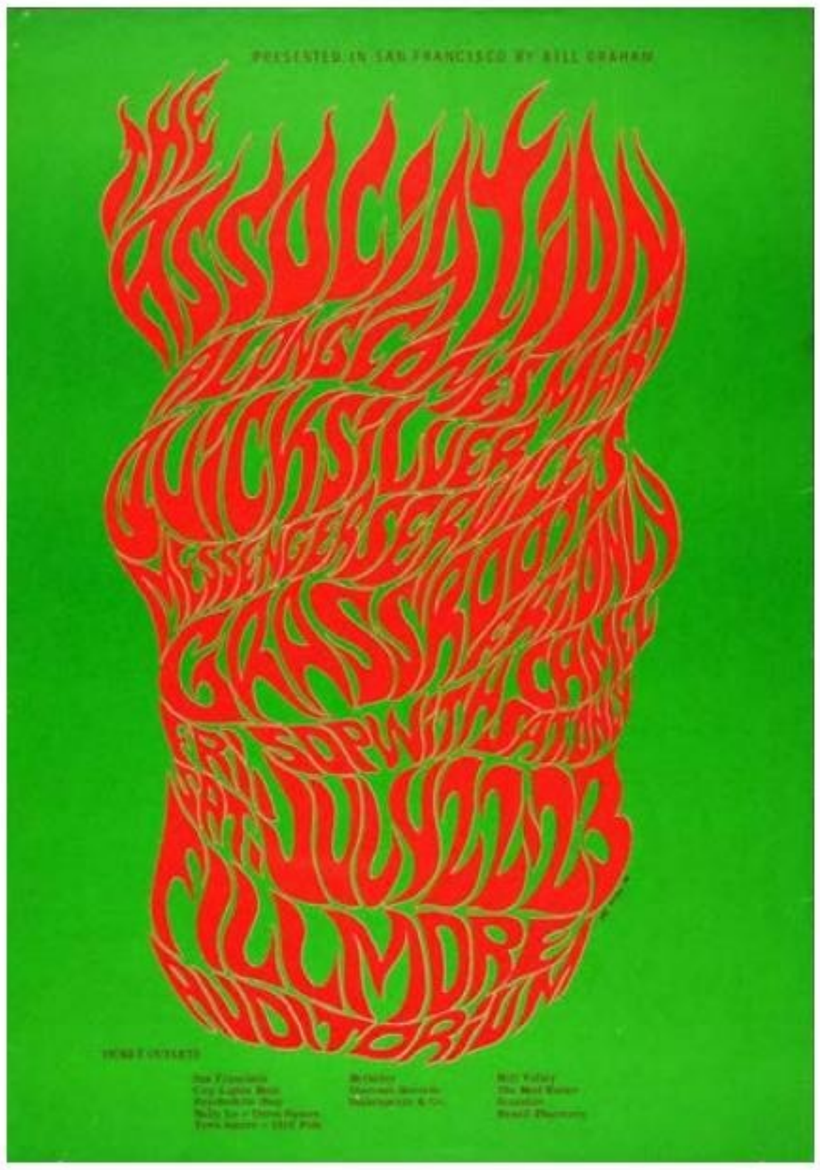
A MANIA DOS CARTAZES

PHILLIP B. MEGGS

Um contraste com os cartazes poloneses do pós-guerra, que eram patrocinados pelo governo como forma cultural do país, a moda dos cartazes nos Estados Unidos durante os anos 1960 foi uma atividade de raízes populares fomentada por um clima de militância social. O movimento dos direitos civis, o protesto público contra a Guerra no Vietnã, os primeiros avanços do movimento de liberação das mulheres e uma busca por estilos de vida alternativos figuraram entre as agitações sociais da década. Cartazes do período eram pendurados nas paredes dos apartamentos com mais frequência do que eram afixados nas ruas, e estavam mais voltados às declarações de pontos de vista sociais do que a difusão de mensagens comerciais. A primeira onda de cartazes surgiu da subcultura *hippie* do final dos anos 1960 centrada no bairro *Haight-Ashbuty*, de *San Francisco*. Como na mídia e o público em geral associavam esses cartazes a valores *antiestablishment*, ao rock às drogas psicodélicas, eles eram chamados de cartazes psicodélicos.

O movimento gráfico que expressava esse clima cultural se valia de uma série de recursos: as curvas fluidas e sinuosas do *art nouveau*, a intensa vibração das cores associadas ao breve movimento op, popularizado por uma exposição no Moma, e a reciclagem de imagens oriunda da cultura popular mediante a manipulação (como redução de imagens ao alto contraste de preto e banco) que vigorava na arte pop.

Muitos artistas iniciais desse movimento eram autodidatas e seus principais clientes eram os promotores de concertos de rock e festas. As festas nos anos 1960 eram experiências perceptuais intensas de músicas barulhentas e espetáculos de luz que dissolviam o ambiente em campos pulsantes de cores e raios estrobuscópicos. Essa experiência era gratificante traduzidas nos cartazes pela utilização de formas em redemoinho e letras arqueadas e distorcidas até quase ilegibilidade, frequentemente impressas em cores complementares de valor próximo. Um cartaz para *Grateful Dead* de Roberte Wesley, "Wes" Wilson (n. 1937) contém linhas e letras sinuosas, que são variantes do *art nouveau* de Alfred Roller. Wilson foi o inovador do estilo de cartaz psicodélico e criou muitas das imagens mais fortes desse estilo. Segundo os jornais, empresários respeitáveis e inteligentes eram incapazes de compreender os letterings desses cartazes, embora se comunicassem com desenvoltura suficiente para lotar auditórios de uma geração mais jovem que decifrava, e

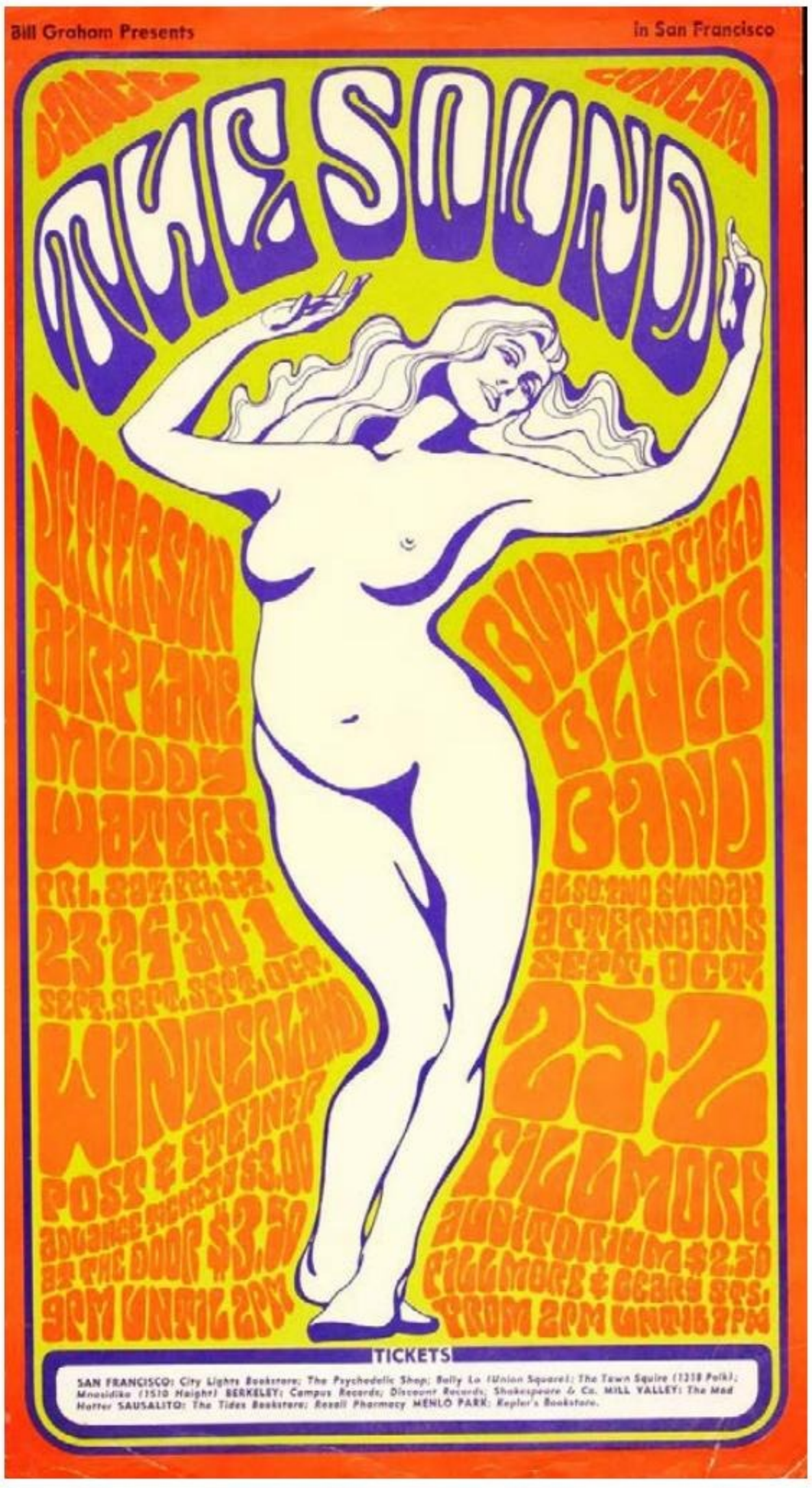


À esquerda: Wes Wilson, cartaz de concerto para o Grateful Dead, Junior Wells Chicago Blues Band e the Doors, 1966. O desenho feito à mão livre é impresso em cores intensamente vibrantes .
À direita: cartaz de concerto para The Association, 1966. O lettering se torna uma imagem, simbolizando uma cultura de valores e geracionais.

não apenas lia, a mensagem. Entre os membros destacados desse breve movimento estavam o *Kelly Mouse Studios* e Victor Moscoso (.1936), o único artista importante do movimento com educação artística formal.

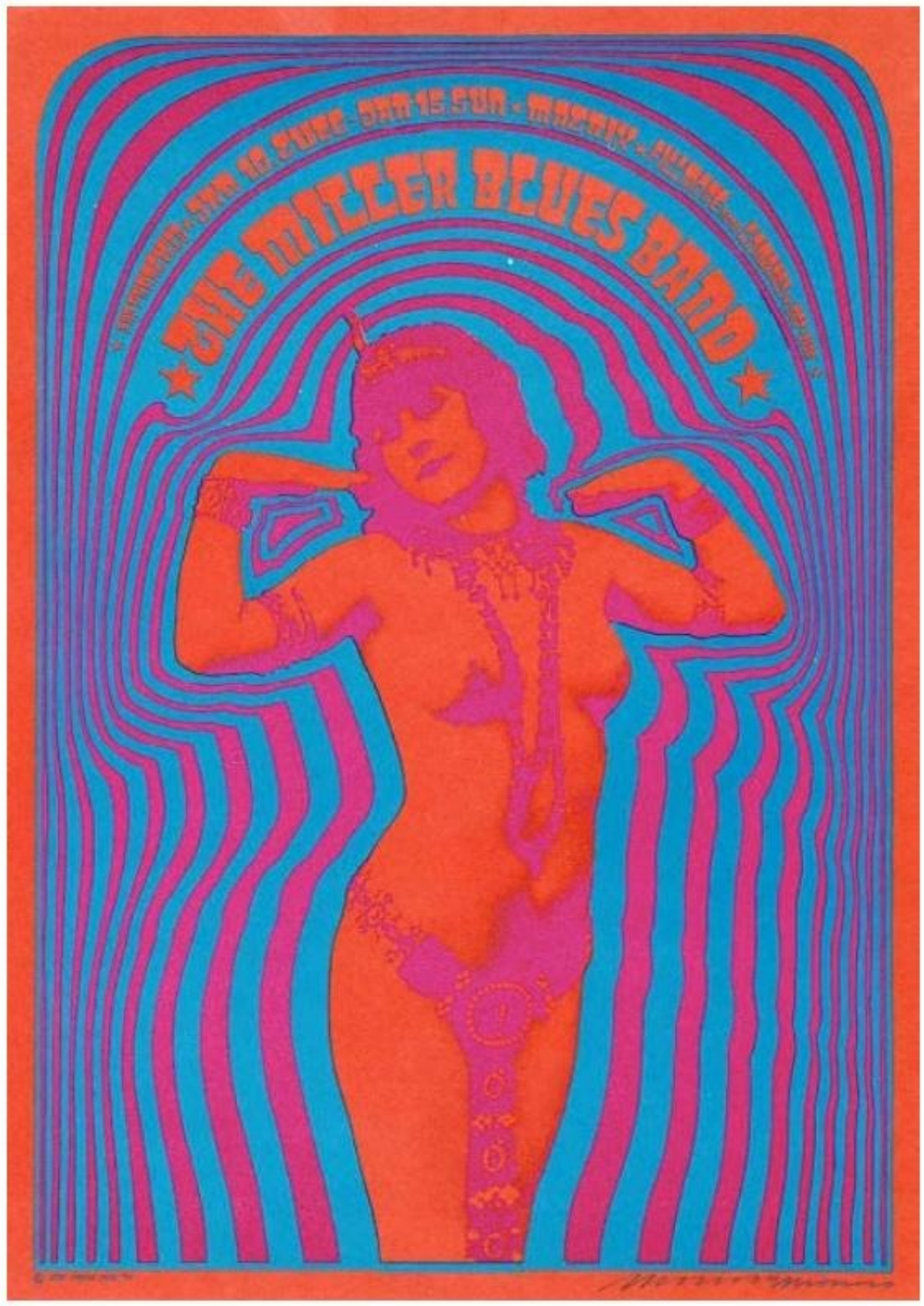
Alguns aspectos do movimento do cartaz psicodélico foram usados pelo designer nova-iorquino Peter Max (n.1937) cujos trabalhos ficaram extremamente populares. Em uma série de cartazes do final dos anos 1960, os aspectos *art nouveau* da arte psicodélica foram combinadas com imagens mais acessíveis e cores mais suaves. Uma de suas imagens mais famosas, o desenho " Love" (Amor) de 1970, combinava a linha orgânica fluida do *art nouveau* com o contorno especial e duro dos quadrinhos e da arte pop. Era seu melhor trabalho, mas fez experiências com imagens e técnicas de impressão. Seus cartazes e produtos, de canecas a camisetas e relógios, ofereciam uma versão mais palatável da arte psicodélica e encontravam grande público entre os jovens de todo país. Depois que a mania dos cartazes chegou ao seu pico no início dos anos 1970, exemplos criativos dessa arte retiveram-se para o campus das universidades, um dos poucos ambientes ainda para pedestres nos Estados Unidos. Como as universidades patrocinavam grande número de eventos, o campus é o lugar ideal para a comunicação dos cartazes.

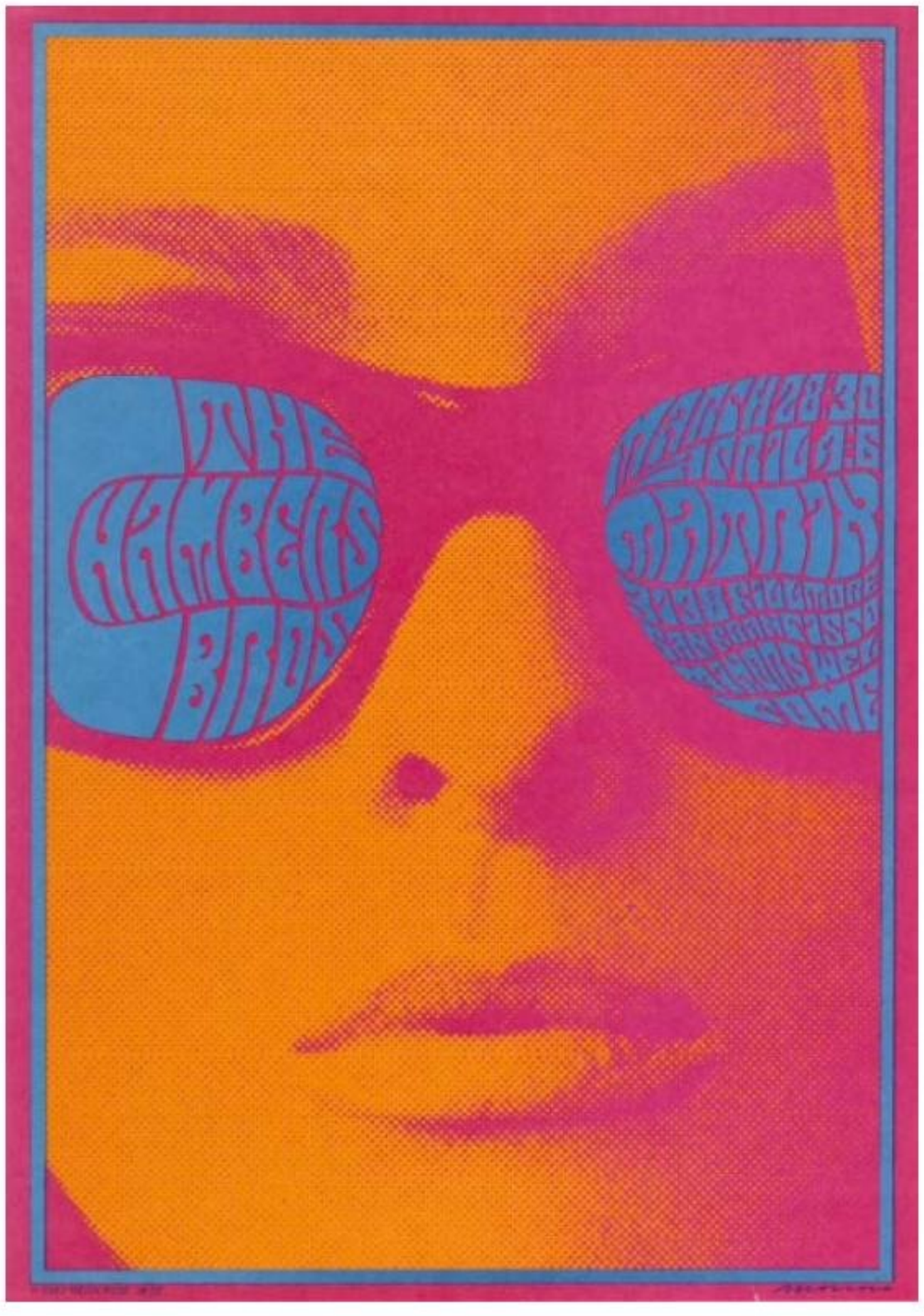
contrastes


Bill Graham Presents
in San Francisco
THE SOUND
JEFFERSON AIRPLANE
MUDDY WATERS
23-24-30-1
SEPT. SEPT. SEPT. OCT.
WINTERLAND
POST & STEINER
ADVANCE MONEY $3.00
AT THE DOOR $3.50
8PM UNTIL 2AM
BUTTERFIELD BLUES BAND
ALSO 2ND SUNDAY AFTERNOONS
SEPT. OCT.
25-2
FILLMORE
AUDITORIUM $2.50
FILLMORE & OCEAN STS.
FROM 2PM UNTIL 7PM
TICKETS
SAN FRANCISCO: City Lights Bookstore; The Psychedelic Shop; Bally Lo (Union Square); The Town Squire (1238 Polk); Mnasidika (1510 Haight) BERKELEY: Campus Records; Discount Records; Shakespeare & Co. MILL VALLEY: The Mad Hatter SAUSALITO: The Tides Bookstore; Rexall Pharmacy MENLO PARK: Kepler's Bookstore.

Wes Wilson, Jefferson Airplane, Butterfield Blues Band, Muddy Waters at Fillmore, pôster, 1966. Referência aos movimentos do corpo no desenho, expressando-se de uma forma livre e sensual.

e formas

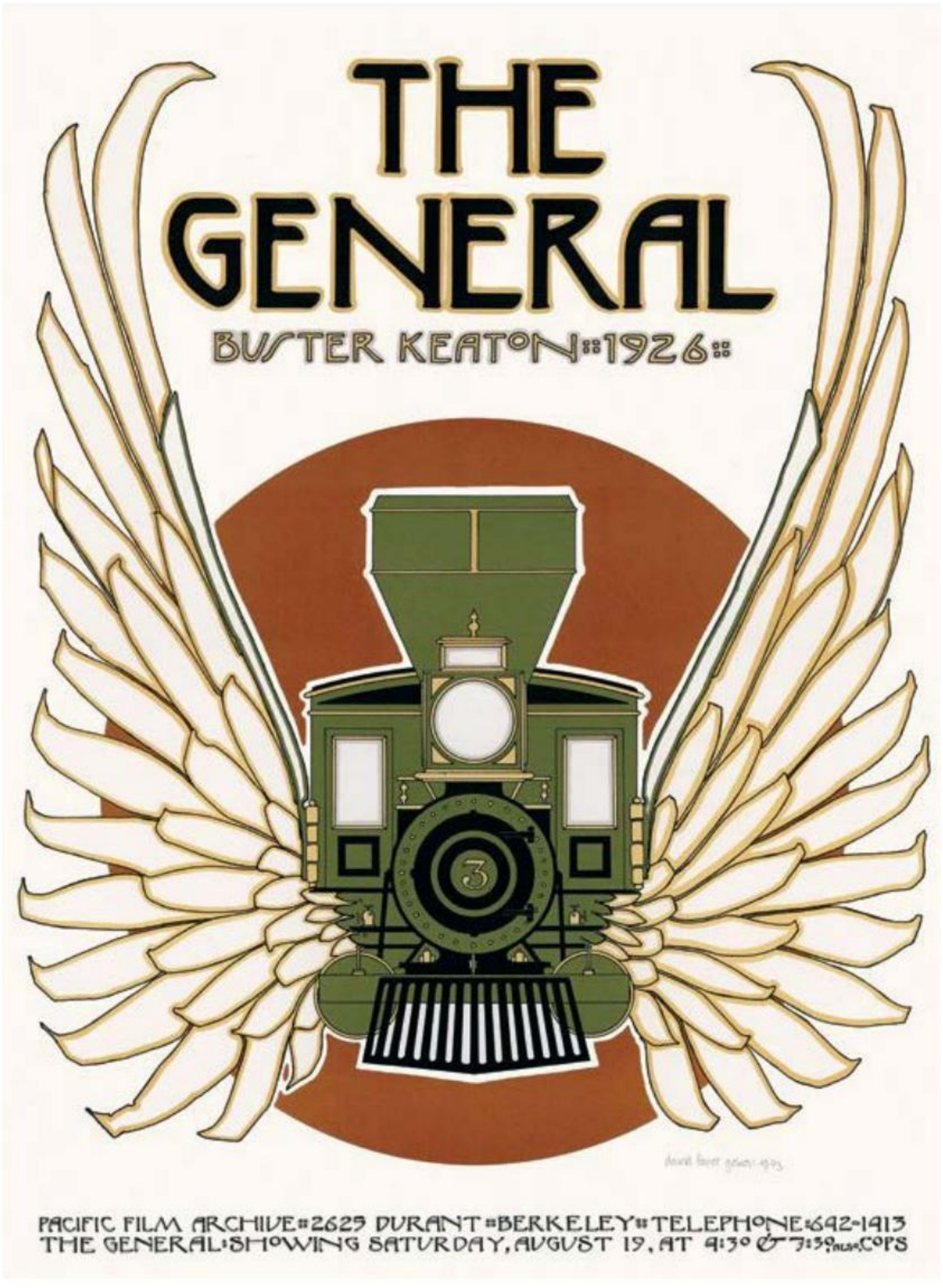




Cartazes de Victor Moscoso.
À esquerda: cartaz para os CHAMBERS BROTHERS, 1967. Os contrastes das cores vibrantes e a tipografia da Secessão Vienence nos óculos sugerem a cultura das drogas do período.
Acima: cartaz de concerto da MILLER BLUES BAND, 1967. A figura feminina nua e pulsante no centro do cartaz expressa a desinibição dos anos 1960.

David Lenoir Goines (n. 1945) demonstra que, mesmo na era da superespecialização do final do século xx, é possível a artistas e artesãos isolados definir uma direção pessoal para operar como forças criativas independentes, com controle total sobre o seu trabalho. Natural do Oregon, Goines teve interesse precoce por caligrafia, que floresceu em um estudo sério e formal na Universidade da Califórnia, em Benkeley. Aos 19 anos foi expulso da universidade por sua participação no Movimento pela liberdade da expressão, e foi aprendiz do tipógrafo na radical *Berkeley Free Prees*, onde escreveu, imprimiu e encadernou um livro sobre caligrafia. Quando a *Berkely Free Press* faliu, em 1974, Goines a comprou, e rebatizou-a de *Saints Hieronymous Prees* e continuou a imprimir e a publicar livros enquanto desenvolvia seu estilo de cartaz. A impressão em offset e o design gráfico se integram em seu trabalho, tornando-se um meio de expressão pessoal e comunicação pública. Ele concebia, ilustrava e fazia manualmente as letras dos cartazes, confeccionava os negativos e as chapas e depois operava a prensa para imprimir a edição. Esse designer zeloso e culto desenvolveu um estilo singular, que integra diversas fontes de inspiração. Composição simétrica traçado sintético planos estáticos de cores chapadas e faixas sutis margeando os contornos das formas caracterizam seus projetos de cartaz.

Durante a conservadora década de 1980, marcada pela disparidade econômica entre ricos e pobres, indiferença com o meio ambiente e limitada militância social, muitos cartazes nos Estados Unidos foram produzidos como objetos de decoração. Fotos ou pinturas tornaram-se cartazes pois, em vez de reproduções diretas da obra, era acrescentado o nome do artista, e frequentemente um título em geral com letras espacejadas em tipos versais elegantes. Eles eram vendidos em lojas especializadas e de departamento. Entre os temas típicos havia flores, carros esportivos e frutas, apresentados contra fundos simples com beta composição e iluminação.


THE GENERAL
BUSTER KEATON ∴ 1926 ∴
PACIFIC FILM ARCHIVE ∴ 2625 DURANT ∴ BERKELEY ∴ TELEPHONE 642-1413
THE GENERAL ∴ SHOWING SATURDAY, AUGUST 19, AT 9:30 & 7:30 ∴ COPS

David Lance Goines, cartaz de projeção de um clássico do cinema, 1973. O caráter direto da imagem e composição ganha distinção gráfica a partir de senso poético de cor e traçado.

A CRIAÇÃO E RECEPÇÃO DO NOVO CÓDIGO VISUAL

FABRICIO GRISOLIA TORRES

Tal forma de olhar sobre o poster psicodélico ou a psicodelia em geral, é trazida à vista pela teoria de Walter Benjamin em seu texto "A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica" (1994:170), sobre esta "transmissão" que ocorre entre um objeto de arte para com o seu espectador.

Os questionamentos da reprodução da obra de arte foram impulsionados principalmente pelo surgimento da fotografia, num ponto em que se poderia reproduzir a imagem mais rápido que um desenho à mão, e sobretudo, mantendo-se todas as características da imagem original, acarretando na quebra da "aura", definida por Benjamin como: (...) um "pasmo essencial" a "uma figura singular", composta de elementos especiais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja. Observar, em repouso, numa tarde de verão, uma cadeia de montanhas no horizonte, ou um galho, que projeta sua sombra sobre nós, significa respirar a aura dessas montanhas, desse galho. (BENJAMIN, 1994)

A quebra desta contemplação sobre o objeto de arte seria dada por:

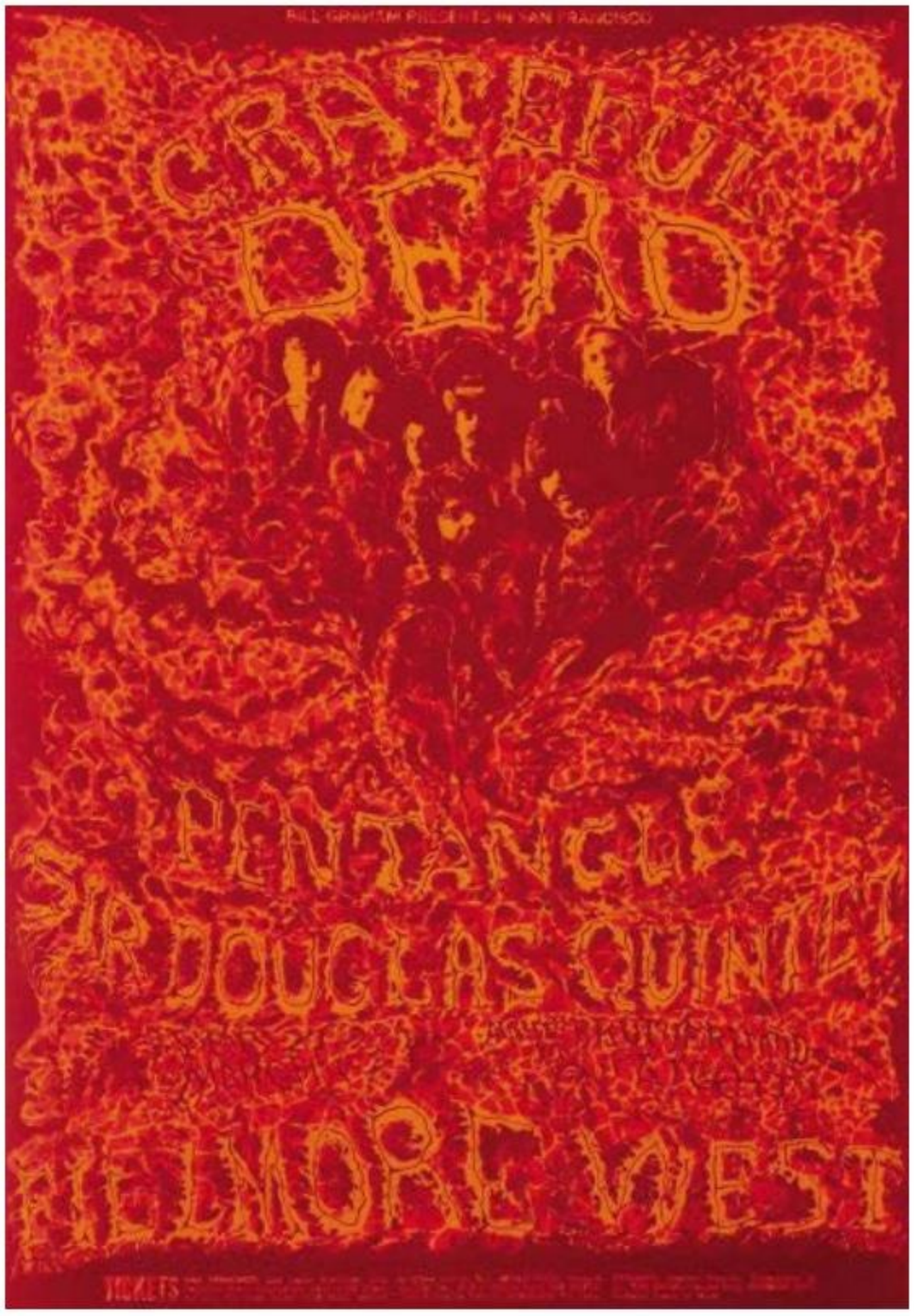
> *A quebra da aura é devida a uma transmissão do objeto original de culto, sendo esta a forma mais "pura", estando no mesmo local onde o objeto de contemplação se encontra. Agora o poder de ser traduzida a imagem aplicada a um produto qualquer, ou propriamente, uma cópia faria com que uma homogeinização da arte acarreta-se em uma diluição da cultura para uma estereopatização da arte, superficial e capitalista.* (ARANTES, 1998)

A multiplicidade da arte mediante as cópias, como ocorre com os filmes exibidos nos cinemas, não afetaria somente o valor da obra de arte como objeto de culto, mas seria observada principalmente pela participação do público, criando-se uma "aura" que liga o prazer do espetáculo ao íntimo do espectador mediante sua experiência vivida. Esta ligação, segundo Walter Benjamin (1994), "tem importância social à medida que diminui a significação social de uma arte, assisti-se no público um divórcio crescente entre o espírito crítico e a fruição da obra". Contrapondo-se à contemplação da obra, passa-se agora

por uma apreensão coletiva da obra, mediante a recepção tátil, adquirida pela "distração", isto é, de tal modo que o espectador permanece "entretido" com o que experiencia.

John Barnicoat (1993), em uma análise sobre os efeitos da percepção estética da época, diz o que se segue:

> *O público em geral, sob influência dos materiais gráficos desta época, acabou desenvolvendo a técnica do olhar sem ler, até mesmo escutando sem estar ouvindo, era uma atitude mental; as mensagens chegavam através dos sentidos, geralmente. Este consistente bombardeamento dos sentidos criou efetivamente, um público condicionado, onde seus gostos em experiências visuais foram providos de sofisticação. Esta sofisticação da percepção do "olhar sem ler" e "escutar sem estar ouvindo" caracteriza-se pelo olhar já treinado e experienciado do público, por onde a recepção tátil acontece antes mesma de uma formação de opinião.Fazendo-se uma comparação entre as figuras na página a seguir, observaremos a distinção entre a fotografia e sua representação psicodélica, onde podemos perceber nitidamente no desenho uma expressividade sensória relativa a uma sonoridade intensa, vibrante e explosiva.*



Lee Conklin e Herb Greene, pôster, 1969.

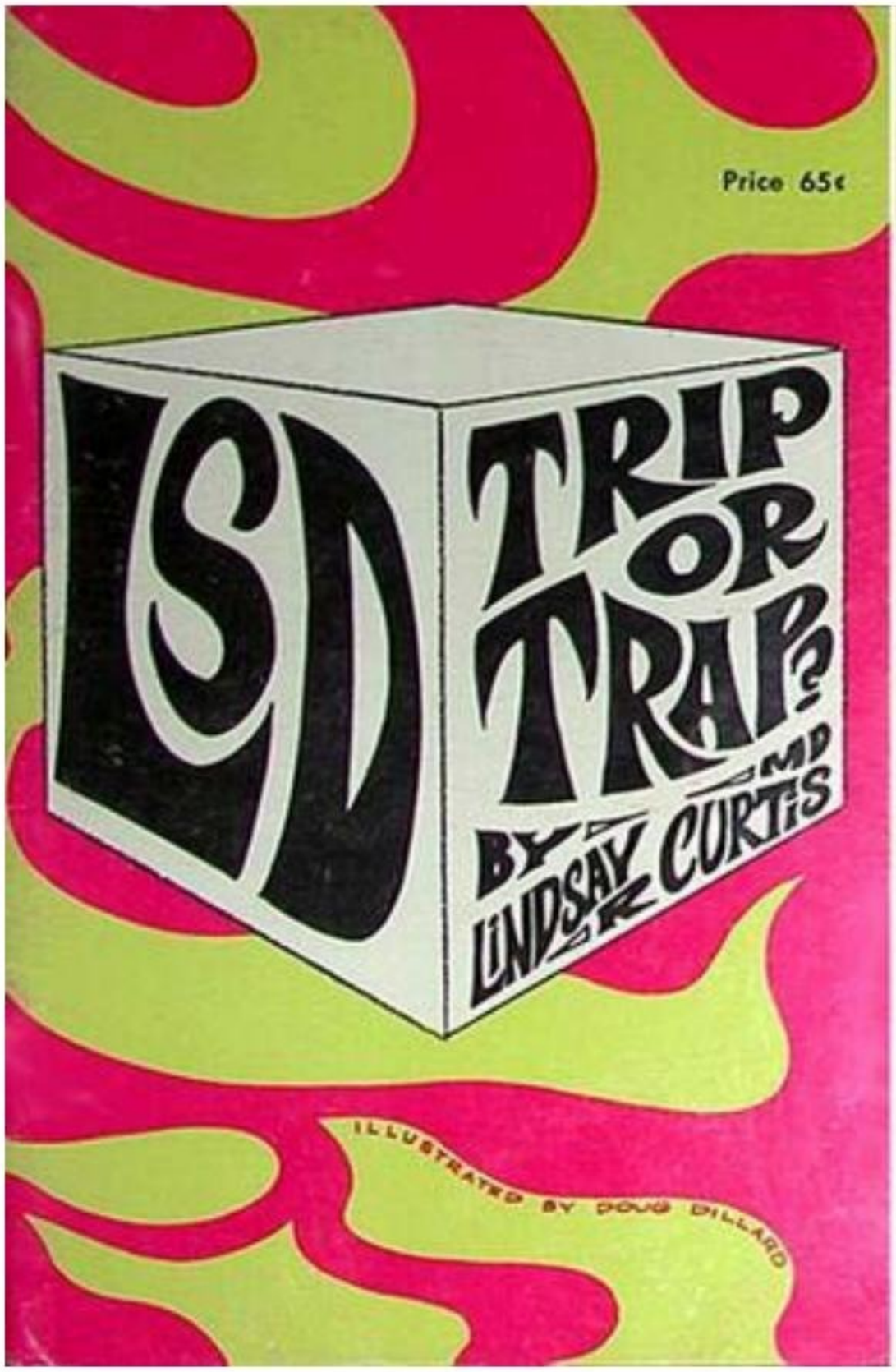
Após uma interpretação visual sobre o desenho, podemos analisar sobre elementos textuais da música psicodélica, como é percebida a linguagem da psicodelia, através da leitura da canção "Purple Haze" – "Névoa Púrpura", do grupo *The Jimi Hendrix Experience*:

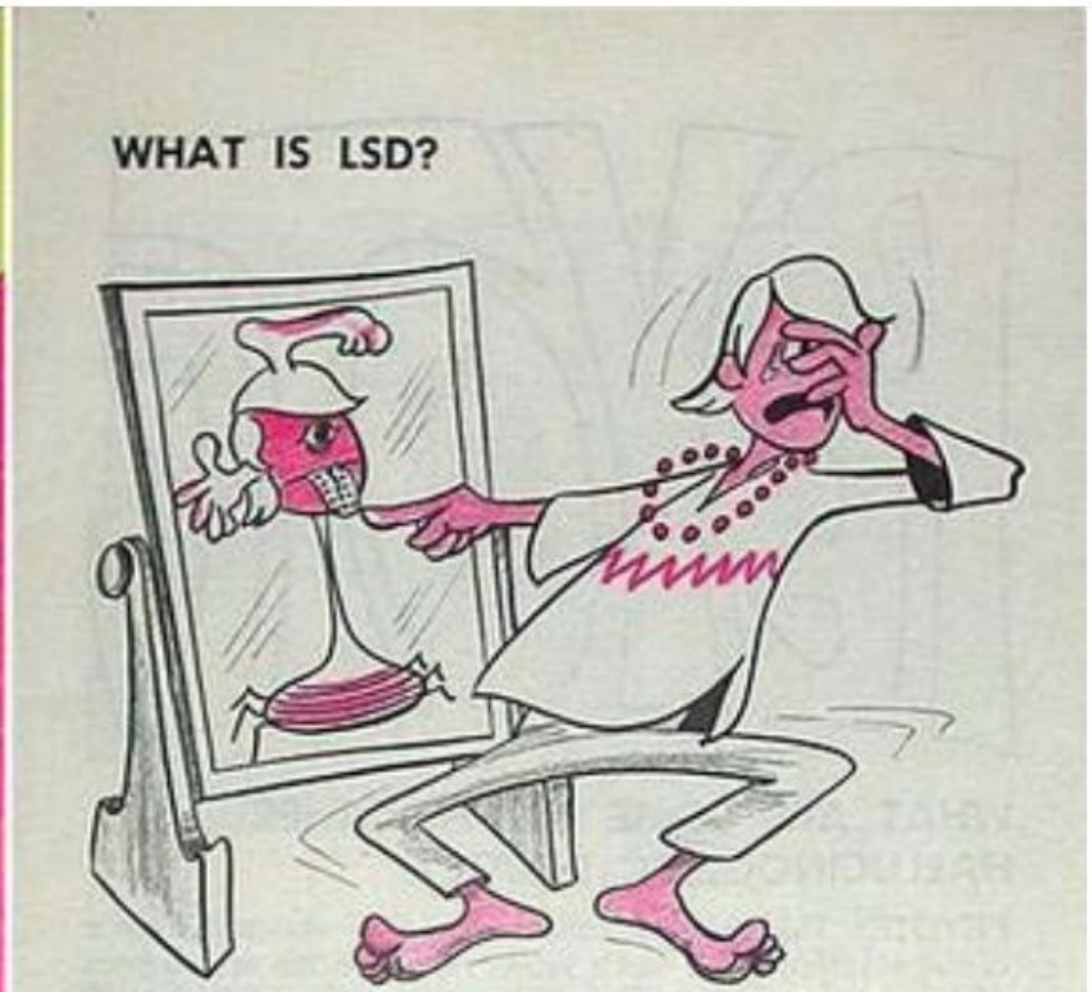
"Purple Haze"
The Jimi Hendrix Experience:

"Purple haze all in my brain	*"Névoa púrpura toda em meu cérebro,*
Lately things just don't seem the same	*Ultimamente as coisas não tem sido as mesmas*
Actin' funny, but I don't know why	*Agindo estranhamente, mas não sei porque*
'Scuse me while I kiss the sky	*Com licença enquanto eu beijo o céu*
Purple haze all around	*Névoa púrpura toda ao redor*
Don't know if I'm comin' up or down	*Não sei se estou subindo ou descendo*
Am I happy or in misery?	*Estou feliz ou em sofrimento?*
Whatever it is that girl put a spell on me	*O que quer seja esta mulher, pôs um feitiço em mim*
Purple haze all in my eyes	*Névoa Púrpura toda nos meus olhos,*
Don't know if it's day or night	*Não sei se é dia ou noite*
You got me blowin', blowin' my mind	*Você pegou-me estourando, estourando minha mente*
Is it tomorrow, or just the end of time?"	*Será amanhã, ou apenas o fim do tempo?"*

TÃO SIMBÓLICA QUANTO VISUAL, A NÉVOA PÚRPURA ESFUMAÇANTE E COLORIDA SUGERE AS SENSAÇÕES E VISÕES QUE ALTERAM TOTALMENTE A PERCEPÇÃO DO SUJEITO.

Abaixo: Jimi Hendrix em show.
À direita: Martin Sharp, Pôster Exploding Hendrix, 1968.





LSD belongs to a group of drugs called HALLUCINOGENS. These drugs have one thing in common, they cause anyone who takes them to have hallucinations. An hallucination is something that isn't there. We IMAGINE we see it. These drugs cause us to imagine all sorts of distorted, crazy images as though we were really seeing them.[1]

3

Folheto educativo sobre o LSD produzido pelo governo dos EUA, 1969.

A canção envolve a névoa púrpura por todos os lugares, causadora de estranhas sensações, como coisas que já não parecem ser normais. Sente-se engraçado a ponto de querer beijar o céu, pra cima, ou pra baixo, será que foi o feitiço de amor daquela mulher? Vê-se a névoa púrpura nos olhos, será dia ou noite, sente explodir sua mente, será amanhã ou o apenas o fim?

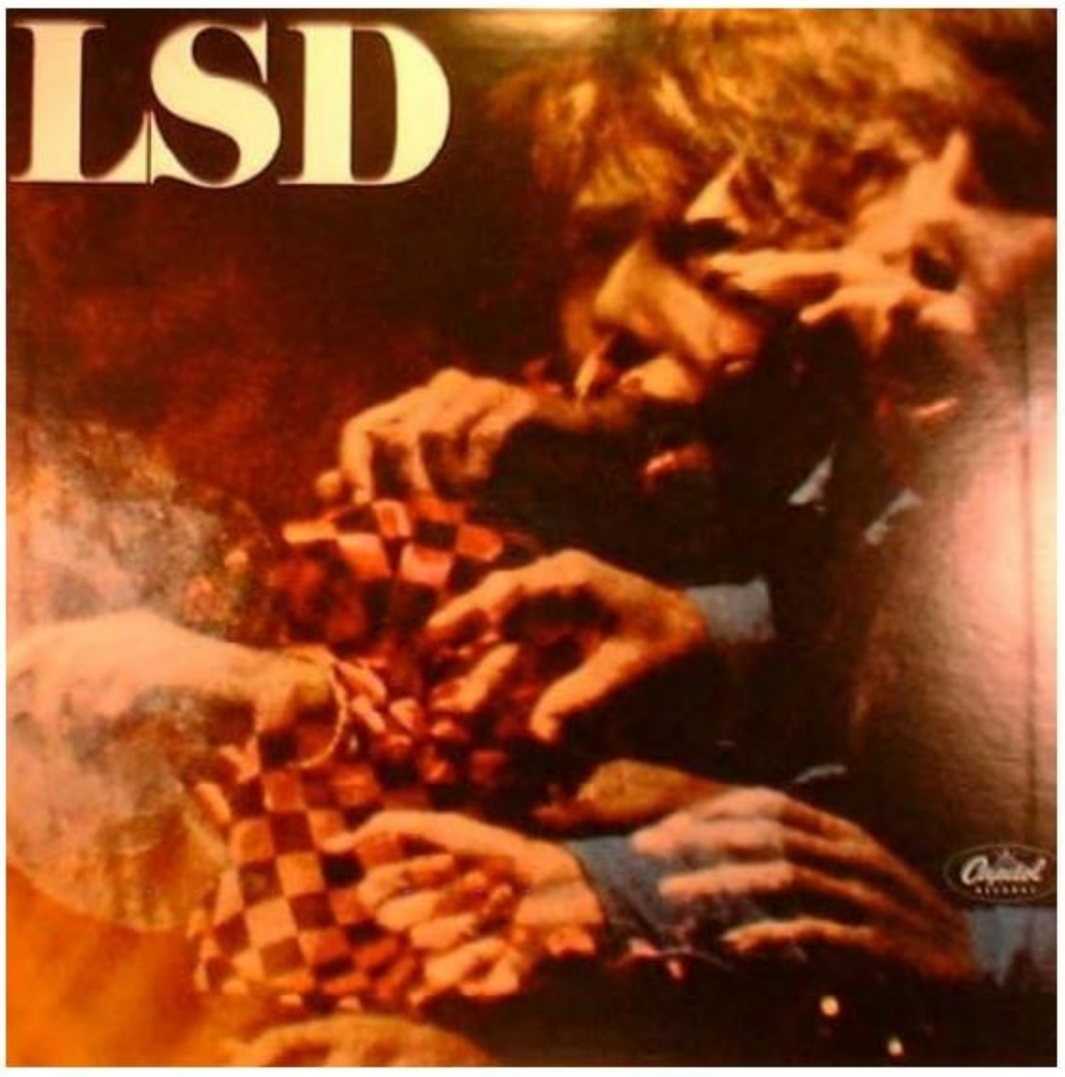
Tão simbólica quanto visual, a névoa púrpura esfumaçante e colorida sugere as sensações e visões que alteram totalmente a percepção do sujeito. A interpretação psicodélica tende a sugerir ao estado alucionatório como forte o suficiente para explodir o seu consciente, mesmo que ainda haja inúmeras outras possibilidades, como uma paixão intensa, ou uma ansiedade inquietante, entre outras interpretações inusitadas.

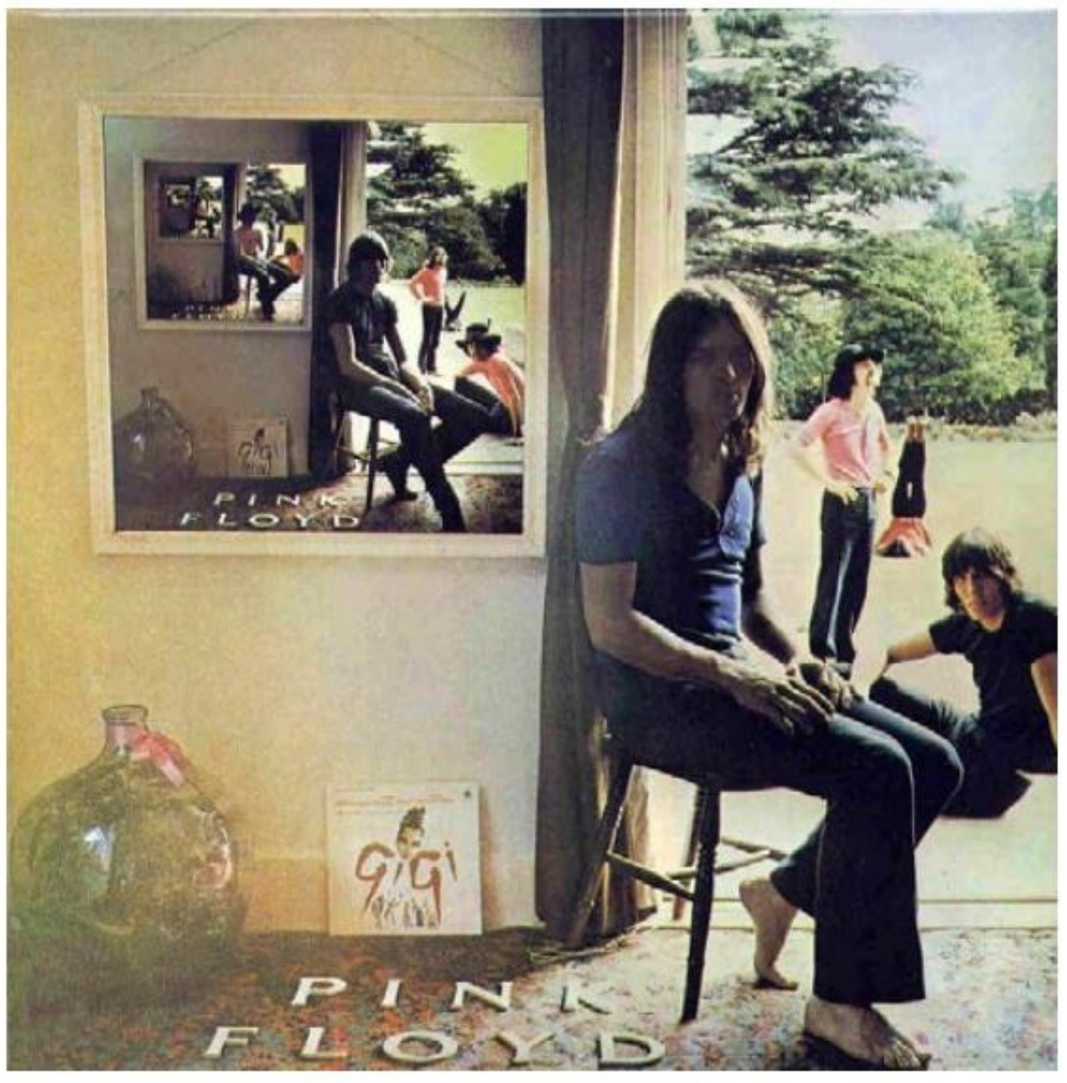
A capa com arte psicodélica mostra a misteriosa caixa com a pergunta: "LSD -Viagem ou Armadilha?". A resposta dada pela cômica figura assustando-se ao se ver no espelho, é explicada pelos dizeres:

> *"LSD pertence a um grupo de drogas chamadas ALUCINÓGENAS. Estas drogas tem uma coisa em comum, elas causam qualquer um que as use a ter alucinações. A alucinação é algo que não está ali. Nós IMAGINAMOS ver-lo. Estas drogas causam nos a imaginar todos os tipos de distorção, imagens malucas como se nós estivéssemos realmente as vendo."*

A capa do álbum é representativa ao LSD, utiliza-se do recurso visual ao causar a ilusão pela sobreposição simultânea de fragmentos que parecem ser de uma ou mais pessoas. A abordagem do poster estimula a interação pela capacidade de estabelecer um jogo perceptivo onde observador poderá adentrar pelos "quadros" na parede, remetendo sublinarmente às janelas ou portas da mente e da percepção, ao abrir um caminho rumo ao infinito e sem qualquer explicação.

Em uma reflexão proposta para a revista Nova-iorquina "Arts Magazine", no final dos anos 60, o artista visual Yud Yalkut (1967), em uma reportagem define uma arte psicodélica como uma representação do que seria algo relativo a uma "experiência psicodélica". Uma experiência psicodélica seria algo como uma sessão, podendo ser "controlada" e não necessariamente sob o efeito de drogas, a fim de poder se atingir um estado psicodélico, onde o indivíduo permanece um período de tempo em estados alucinatórios, transe, reflexão, ou em alguns casos, acessos de descontrole e risco à saúde. Um dos principais propagadores destas experiências, Timothy Leary, foi quem definiu uma espécie de manual para a condução de experiências psicodélicas, baseado em um antigo livro religioso do





À esquerda: Capa Lawrence Schiller, LSD – various, capa de álbum, 1966.
À direita: Capa Pink Floyd Hipgnosis, Ummagumma, 1968.

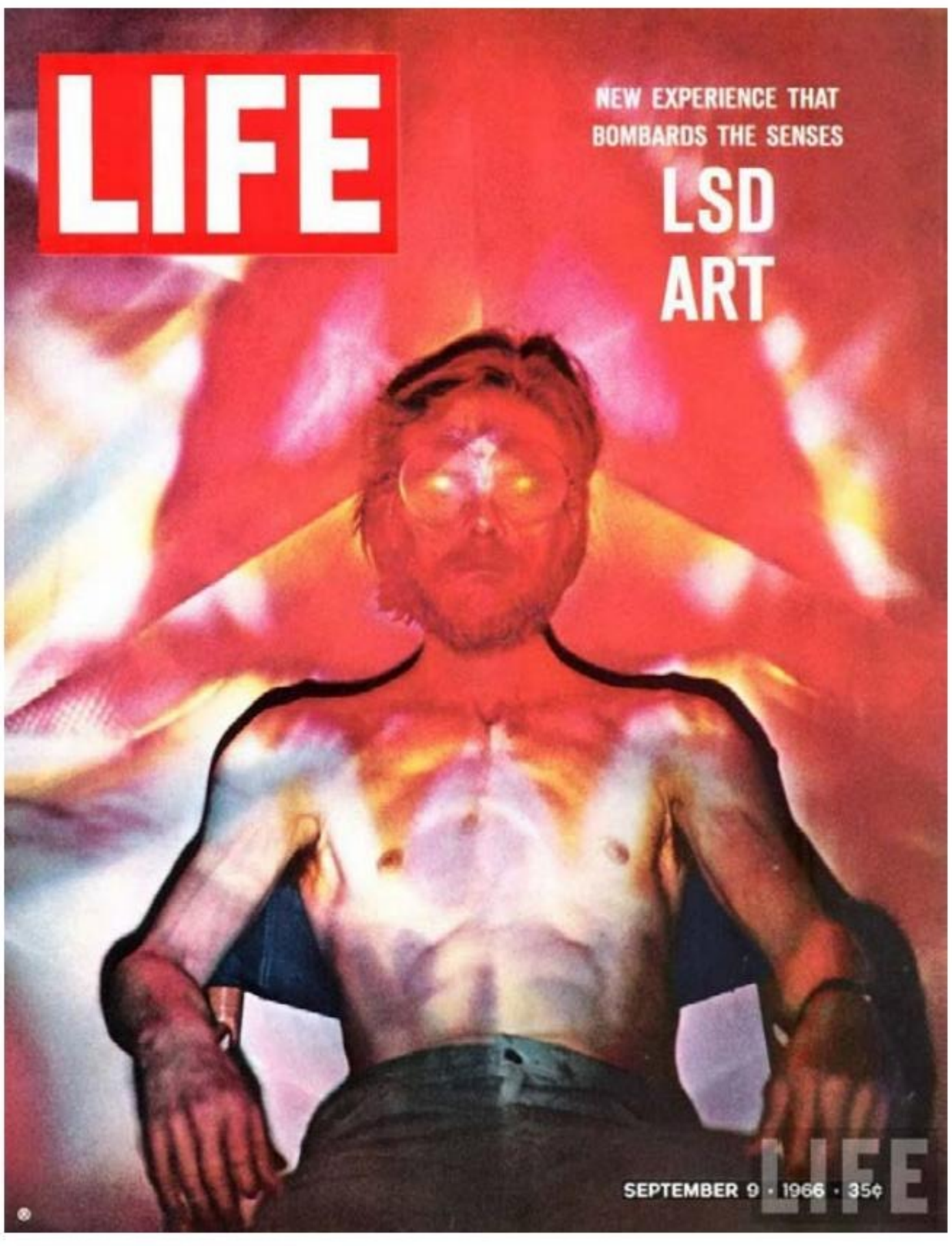
oriente, o "Livro Tibetano dos Mortos", traduzindo os mesmo conceitos para este livro que Leary chamou de "A Experiência Psicodélica", em 1964:

> *Uma experiência psicodélica é uma jornada a novos reinos da consciência. A abrangência e o conteúdo da experiência são ilimitados, mas suas características são a transcendência de conceitos verbais, das dimensões de espaço-tempo, e do ego ou identidade. Tais experiências de consciência expandida podem ocorrer de diversas formas: privação sensorial, exercícios de ioga, meditação disciplinada, êxtases religiosos ou estéticos, ou espontaneamente. Mais recentemente elas se tornaram disponíveis para qualquer um mediante a ingestão de drogas psicodélicas como LSD, pscilocibina, mescalina, DMT, etc. (LEARY, METZNER, ALPERT, 1964)*

O levantamento de hipóteses e a falta de evidências é inconclusivo. O que torna-se aparentemente visível, é um trabalho de âmbito experimental mas que não o torna sugestivo a uma abordagem psicodélica. Este julgamento se dá sem mesmo haver conhecimento prévio sobre a intenção do autor desta obra em específico. Esta obra na verdade, caracteriza-se

pelo forte apelo pela arte pop, por misturar figuras do cotidiano com figuras de revistas, desenhos e matérias na colagem.

Neste outro exemplo, podemos perceber o que a psicodelia se refere como um bombardeio de sentidos, ao observarmos a capa da revista, com o título: "Nova experiência que bombardeia os sentidos. LSD Art", através da estranha figura de um indivíduo com os olhos brilhantes como reflexo do "bombardeio" de luzes de cores em tons lisérgicos.



Capa da revista americana Life, com a manchete sobre LSD ART, 1966.

LET'S

GET

IN

Big Screen

Vetras Bicicletas

PRETTY

GOOD!

TIPOGRAFIA E SUAS FORMAS MUITO LOUCAS

Os anos 60 e 70 foram marcados pela grande variedade de letras desenhadas, psicodélicas, coloridas e de certo modo até confusas, mas não se engane, tudo isso aconteceu devido às condições políticas e sociais da época, que impulsionava os artistas para a emoção ao invés da razão, a fim de quebrar padrões estabelecidos por uma época de opressões das quais estes queriam se libertar. Desse modo a tipografia caracterizou esse momento de liberdade presente nos jovens revolucionários e virou ícone dessa época tão distinta e viva. Mergulhe nesse incrível mundo tipográfico!

Por L. MACHADO

PSICODELISMO E TIPOGRAFIA UNDERGROUND

PRISCILA FARIAS

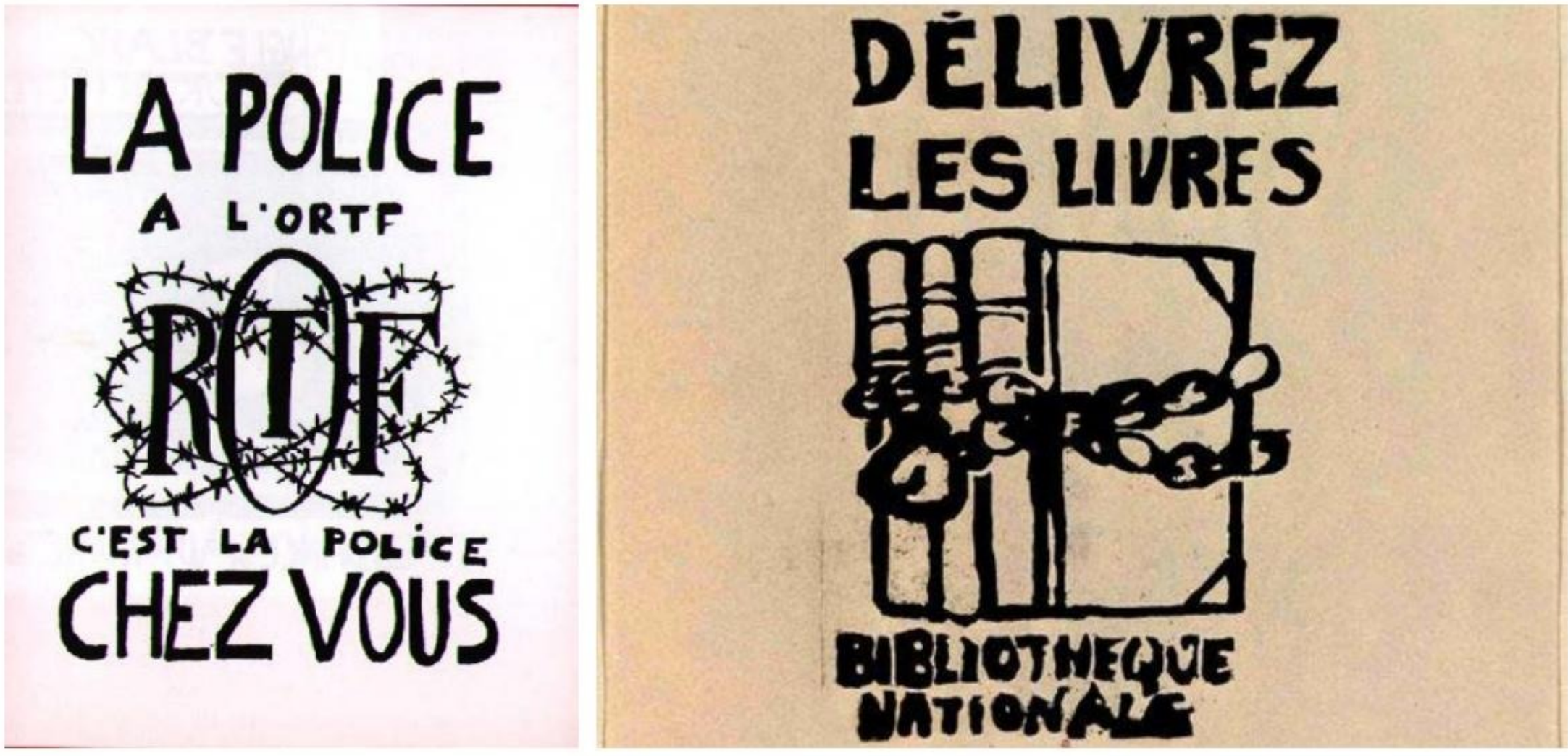
As décadas de 60 e 70 presenciaram o surgimento de uma série de movimentos de fundo político/social que acabaram por influenciar de forma decisiva o design e a tipografia, entre eles o movimento estudantil, o psicodelismo e o *punk*. Ao contrário das vanguardas do início do século, estes movimentos não produziram manifestos documentando sua fundação, nem delimitando seus princípios estéticos, e, apesar de ser possível identificar alguns líderes intelectuais, o poder dentro destes movimentos era basicamente descentralizado, o que torna difícil a tarefa de falar sobre eles de forma linear.

Antes de mais nada, havia na década de 60 um descontentamento geral, principalmente da parte dos jovens, com tudo o que havia sido estabelecido pelas gerações anteriores - do modo de se vestir e falar ao modo de fazer política e gerenciar negócios - identificado, por estes movimentos, como 'o sistema'. Se o movimento estudantil do final da década de 60 - tanto nos estados unidos quanto na Europa e no resto do mundo - tinha na atuação política seu principal motor, as drogas, o rock, os quadrinhos e a liberação sexual eram as principais referências da psicodelia.

Note-se que para este último, o termo 'movimento' já não se aplica facilmente, apesar dos produtos gráficos da psicodelia serem facilmente identificáveis. O mesmo pode ser dito do *punk*, que engloba em suas estéticas desde as manifestações políticas e niilistas como o *punk* inglês do final da década de 70, ao militantismo anarquista dos krakers holandeses, passando pelo neonazismo dos *skinheads* alemães e a fusão de culturas do *ska* inglês.

Embora algumas vertentes mais politizadas do *punk* tenham reivindicado o termo 'movimento', seria talvez mais coerente falar em uma 'cena' *punk*, assim como de uma 'cena' psicodélica, que tem em comum uma certa cultura *underground* como alternativa à cultura 'oficial' do 'sistema'. O movimento estudantil da década de 60 pode não ter produzido, durante seu relativamente pequeno período de vida, uma quantidade tão grande de material gráfico, mas sua influência no design que se produziria a partir de então é notável.

A estética da urgência e do não-preciosismo gráfico do *Atelier Populaire francês* (em funcionamento durante a ocupação, por parte dos estudantes, da *Ecole des Beaux Arts* de Paris),



Cartazes do Atelier Populaire de maio de 1968

por exemplo, bem como seu engajamento político, apontaram para uma tendência presente nas obras produzidas por estúdios de design ligados ao Partido Comunista, como *Grapus* na França e *Grafiti* na Itália, bem como em grande parte das publicações alternativas (fanzines) da cena *punk*.

Dentro do contexto de descontentamento geral com o sta*bilishment* da década de 60, encontraram-se manifestações de cunho mais estético e experimental do que propriamente político, como o psicodelismo californiano e os experimentos tipográficos conduzidos por Wolfgang Weingart, a partir de 1963, na *Schule für Gestaltung Basel* (Escola de design da Basiléia, na Suíça).

Segundo Weingart, o desenvolvimento da tipografia posteriormente rotulada de *'new wave'*, ou *'swiss punk'*, partiu de sua ideia inicial, ainda enquanto estudante em Basiléia, de "fazer algo completamente diferente do que as pesso-

Revista 1973, Issue 2 por Wolfgang Weingart

as estavam fazendo naquele momento. Naquele período, o Estilo Internacional reinava na Suíça e em todo o mundo. Eu sentia uma necessidade de mudar, mas não tinha regras específicas pra isso. (...) Os tipógrafos da época nunca colocariam as letras em uma curva, nem deixariam tanto espaço entre elas. Era algo proibido. Eu tentei fazer o oposto porque o desafio de explorar os materiais me parecia interessante" (Weingart, Anexo).

A técnica era trabalhar o fotolito com camadas sobrepostas desenvolvida por Weingart e seus alunos, a partir da década de 70, foi muito facilitada pelo uso dos computadores. É uma das principais influências de sua obra no design tipográfico dos anos 80 e 90. Victor Moscoso, um dos principais expoentes da tipografia psicodélica, era um recém-formado com um portfólio tipográfico altamente tradicional quando se mudou para São Francisco, em 1965. Mesmo estando a princípio um tanto irritado com a rejeição da beleza 'clássica', e com a adoção de uma mistura anárquica de influências dos quadrinhos e de cartazes de circo, por parte da produção gráfica ligada ao movimento *hippie*, Moscoso de alguma forma se identificou com a energia visual dos cartazes de rock. Passou a trabalhar para uma produtora de shows chamada *Family Dog*, para a qual desenvolveu alguns dos cartazes mais reproduzidos da cena psicodélica.

BIG BROTHER & THE HOLDING CO
OXFORD CIRCLE
WEST COAST
LIGHTS
BEN VAN METER
ROGER HILLYARD
AVALON
DANCE · CONCERT
DEC 9 FRI - 10 SAT
SUTTER AT VANNESS · SAN FRANCISCO · 8 P.M.
BALLROOM
TICKET OUTLETS:
SAN FRANCISCO: The Psychedelic Shop, City Lights Books, Bally Lo, Cedar Alley Coffee House, Sandal Maker (North Beach), Hut T-1 State College
SAUSALITO: Tides Book Shop BERKELEY: Moe's Books, Discount Records MENLO PARK: Kepler's Book Store
The Bindweed Press, San Francisco

Pôster de Victor Moscoso para Family Dog de 1966

Em uma entrevista para a revista de tipografia UGIC, Moscoso definiu da seguinte forma seu processo de criação: "A principal coisa que fiz foi inverter todas as regras que aprendi na *Cooper Union*. A regra segundo a qual 'a tipografia sempre deve ser legível' tornou-se 'quanto mais ilegível melhor'. 'Não use cores vibrantes para não irritar a vista' tornou-se 'use o máximo de cores irritantes que puder', e, obviamente, a regra segundo a qual 'não devemos distorcer as serifas foi por água abaixo. ... E se eu alterasse os pesos de uma letra!? Quem iria se preocupar!? Ninguém! Descobri que eu era a única pessoa em São Francisco que se preocupava com isso!" (in Heller 1990:27).

The Neon Rose series, 1967. Pôster produzido para que os moradores de um bairro protestassem contra a opressão causada pela polícia pelo motivo de "baldes de lixo sujos".

Outra característica marcante da tipografia psicodélica é o uso de fontes de ornamentos emprestado da *Art Nouveau*, o que faz com que muitos historiadores da tipografia e da caligrafia simplesmente ignorem o psicodelismo ou o descartem, considerando-o como um revival anômalo. Tais empréstimos possivelmente se justificam, tanto pelo desejo de reverter a tendência do design racionalista que se opôs ao romantismo no final do século XIX, quanto pelo desejo de se aproximar - assim como a arte pop - da cultura popular, e de tudo o que então nem era considerado design, como os cartazes de circo e todo tipo de embalagem ou impresso não afetado pelas ideias do design funcionalista.

No final da década de 70, surgia um outro tipo de cena - o *punk* -, que, apesar de se colocar em franca oposição ao movimento *hippie* e à psicodelia (principalmente no que se refere aos ideais pacifistas embutidos no slogan 'paz e amor'), manteve muitas de suas características, como a relação simbiótica com a música, com os quadrinhos e outros tipos de manifestações de *low-culture*. No campo da estética, é possível dizer que o *punk* se propunha a ser muito mais agressivo do que a psicodelia, o que se refletia no uso predominante da cor preta (embora na *new wave* se mantivesse o gosto pelas cores berrantes), e na velocidade crescente do ritmo de suas músicas. Talvez a maior diferença entre o *punk* e a psicodelia se encontre na velocidade, e talvez por este mesmo motivo o *punk* partilhe, com o Futurismo, os mesmos paradoxos com respeito à guerra, à violência e ao posicionamento político.

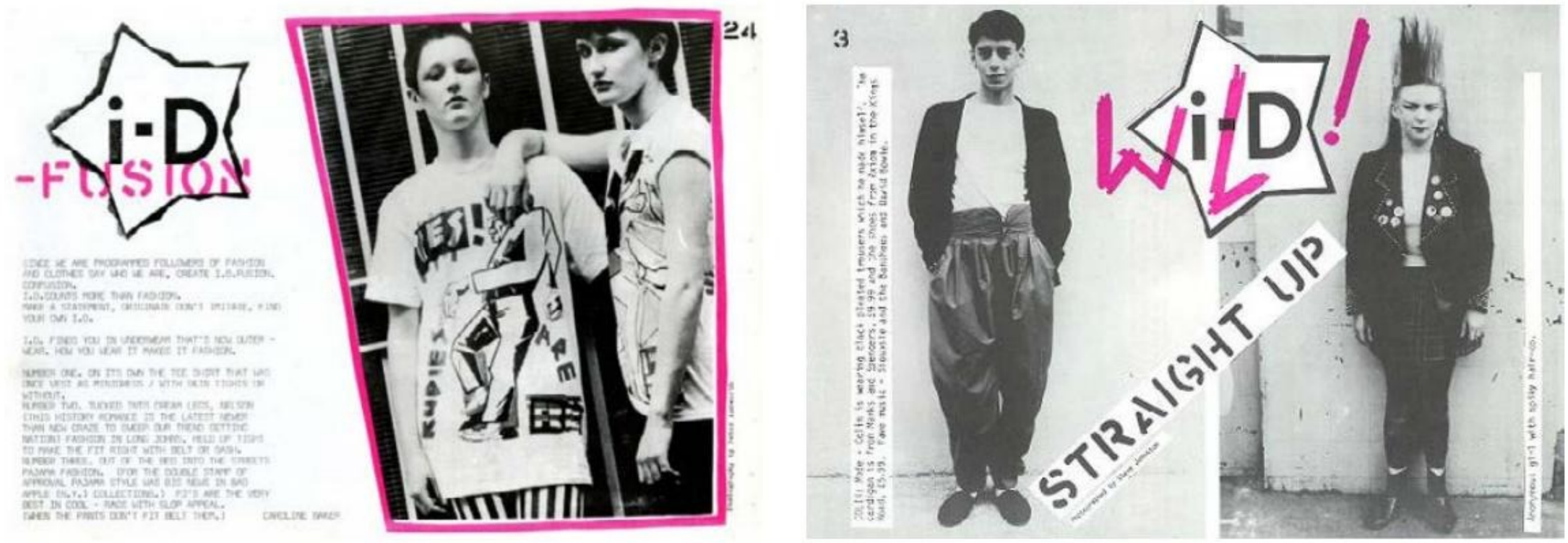
À esquerda: Livro Marinetti, Copertina di Zang tumb tumb, 1914
À direita: Pôster Banshees Concert, 1977 Siouxsie, Banshees Live, Rock Posters A

Uma das mais importantes e influentes manifestações da cena punk, no campo da visualidade, é o enorme número de pequenas publicações alternativas de baixa ou baixíssima tiragem conhecidas como fanzines. Dentro do princípio do *do it yourself,* cada pequeno grupo ou indivíduo passou a produzir sua própria revista ou jornal, muitas vezes reciclando material já impresso ou criando seus próprios desenhos, textos e diagramações, frequentemente sem nenhum treinamento específico anterior. A cena *punk* não foi a responsável pela invenção deste formato de publicação, mas as facilidades tecnológicas encontradas a partir do final da década de 70 favoreceram a multiplicação e a distribuição dos fanzines. Entre estas facilidades encontram-se a popularização das letras transferíveis, das máquinas de escrever e, principalmente, das máquinas de xerox, e posteriormente dos computadores pessoais.

Em seu ensaio "*History of zines*", Stephen Schwartz (1996) identifica o nascimento do fanzine, enquanto forma de auto-publicação fora do controle institucional e industrial, com o nascimento da imprensa. O termo 'fanzine', contudo, foi adotado pela primeira vez na década de 40, nos Estados Unidos, para descrever pequenas publicações mimeografadas produzidas por aficionados em ficção científica. Até o início da década de 70, muitos fanzines (políticos, de poesia, de música etc.) ainda eram produzidos com o auxílio do mimeógrafo. A popularização do xerox aumentou consideravelmente a qualidade da impressão, permitindo ainda novos recursos, tais como o uso de fotografias e colagens.

Embora tenha sido o principal veículo de informação/comunicação adotado pela cena *punk*, o fanzine não se restringiu a ela, e seu número e diversificação temática aumentou consideravelmente nas décadas de 80 e 90. Teal Triggs (1995a:75) nos dá uma boa ideia da grandeza deste número ao mencionar a quantidade de novos títulos recebidos em dezembro de 1993 por uma publicação inglesa especializada no assunto (450), e o número de fanzines existentes sobre futebol listado por um fanzine inglês (400) em 1994.

As características mais marcantes dos fanzines, antes do advento do *desktop publishing*, eram o uso de recortes de letras ou palavras, caligrafias propositalmente grosseiras, textos batidos a máquina e corrigidos a mão, uso de fotos em alto contraste, granulação obtida através do processo repetido de fotocopiagem de um original e disposição não ortogonal dos textos, configurando uma estética tipográfica onde todo o tipo de 'erro' era bem vindo e/ou até simulado. Com o tempo, alguns experts do xerox passaram a descobrir e divulgar recursos bastante econômicos para se obter resultados surpreendentes, como as técnicas do xerox 'mexido' em uma cor, e posteriormente em 4 cores. Estas experimentações foram rapidamente incorporadas pelo design gráfico 'oficial',


i-D
-FUSION
SINCE WE ARE PROGRAMMED FOLLOWERS OF FASHION AND CLOTHES SAY WHO WE ARE, CREATE I.D.FUSION. CONFUSION.
I.D.COUNTS MORE THAN FASHION.
MAKE A STATEMENT, ORIGINALITY DON'T SHRINK, FIND YOUR OWN I.D.
I.D. FINDS YOU IN UNDERWEAR THAT'S NOW OUTER - WEAR. HOW YOU WEAR IT MAKES IT FASHION.
NUMBER ONE. ON ITS OWN THE TEE SHIRT THAT WAS ONCE WORN AS PYJAMAS / WITH SKIN TIGHTS OR WITHOUT.
NUMBER TWO. TUCKED INTO CREAM LEGS, NELSON LINES HISTORY ROMANCE IS THE LATEST NEWER THAN NEW CRAZE TO SWEEP OUR TREND GETTING NATION! FASHION IN LONG JOHNS. HELD UP TIGHT TO MAKE THE FIT RIGHT WITH BELT OR SASH.
NUMBER THREE. OUT OF THE BED INTO THE STREETS PYJAMA FASHION. (FOR THE DOUBLE STAMP OF APPROVAL PYJAMA STYLE WAS BIG NEWS IN BAD APPLE (N.Y.) COLLECTIONS.) FIT'S ARE THE VERY BEST IN COOL - MADE WITH SLOP APPEAL.
(WHEN THE PANTS DON'T FIT BELT THEM.)
CAROLINE BAKER
24
3
i-D!
WILD!
STRAIGHT UP
Punyeui girl with spiky hair-do.

Primeira edição de fanzine inglesa I-D em 1980

principalmente em títulos destinados ao público jovem, como as revistas inglesas I-D e *The Face*.

Paradoxalmente, o advento das novas tecnologias do *desktop publishing* fez com que muitos fanzines perdessem a sua aparência caótica e experimental, enquanto o 'caos tipográfico' sugerido por eles foi gradualmente incorporado ao *mainstream* do design gráfico, via escolas de design como as americanas *Cranbrook Academy of Art e CalArts*, e diretores de arte como Terry Jones, Neville Brody e David Carson.

Os *softwares* de *desktop publishing* não são ferramentas criadas para gerar caos, e sim para estabelecer ordem dentro do produto gráfico. Basta observar os defaults para a diagramação em qualquer programa de tratamento de texto, como Word, QuarkXpress ou PageMaker, por exemplo. Sua flexibilidade, por outro lado, permite recursos - como a sobreposição de colunas de textos - que são possíveis, mas menos fáceis de se conceber quando trabalhamos de forma convencional.

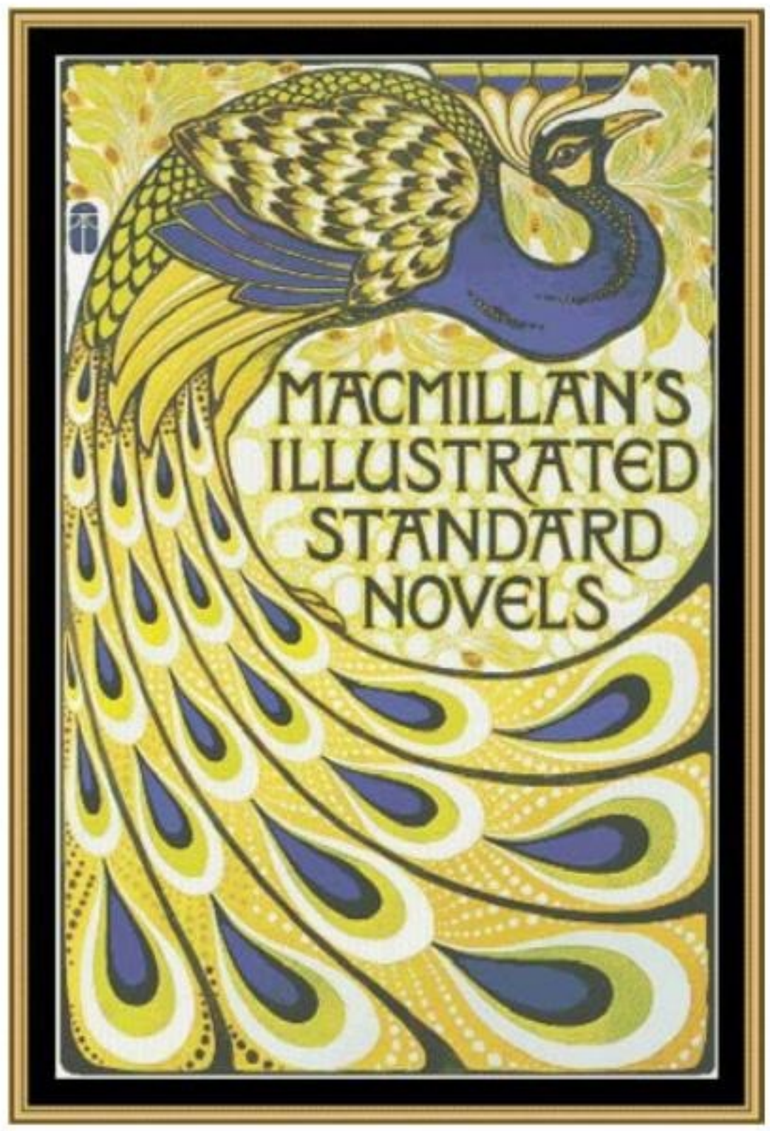
Criar um design 'caótico' no computador, portanto, requer ir deliberadamente além daquilo que é proposto pelos *softwares*. Não por acaso a maior parte da tipografia 'experimentalista' das décadas de 80 e 90 - embora certamente influenciada pela cultura *underground* das décadas anteriores - veio das academias de design, e não das ruas.

PSICODÉLICAS - UM TIPO MUITO LOUCO

CARLOS PERRONE

No inverno de 1965 um pouco antes do "*Love Summer*" que sinalizaria o estabelecimento da cultura *hippie*, dois tempos se encontraram no campus de Berkeley, na Universidade da Califórnia. O local do encontro foi exposição *Jugendstil* e expressionismo nos cartazes Alemães, inaugurada na galeria de arte da Universidade. *Jugendstil* é a denominação alemã do movimento artístico equivalente ao que se chamou *Secession* na Áustria que ficou mais conhecido com o nome geral de *Art Nouveau*.

As características orgânicas, florais, complexas e sensuais de suas ilustrações e grafismos pegaram na veia dos visitantes, juntamente com o desenho de letras manual e absolutamente não diagramado: expressionismo anti-industrial e libertário, à maneira do ar tenso que já se respirava nos ambientes das novas gerações da revolução cultural.



À esquerda: Pôster Victor Moscoso, Quicksilver Messenger Service, Avalon Ballroom, 1967.
À direita: Art Nouveau Poster Collection: "Peacock" Edition A. Turbayne 1896.

AS CARACTERÍSTICAS ORGÂNICAS, FLORAIS, COMPLEXAS E SENSUAIS DE SUAS ILUSTRAÇÕES E GRAFISMOS PEGARAM NA VEIA DOS VISITANTES.

Desde o século XIX a tipografia industrial das *foundries* desenvolve-se e domina o mundo impresso, dos livros aos cartazes, traduzido em desenho os sucessivos progressos industriais da reprodução de tipos. De repente, vinte anos após o final da segunda guerra mundial, resgatou-se o mundo das "letras-desenho" da virada do século XIX para o XX.

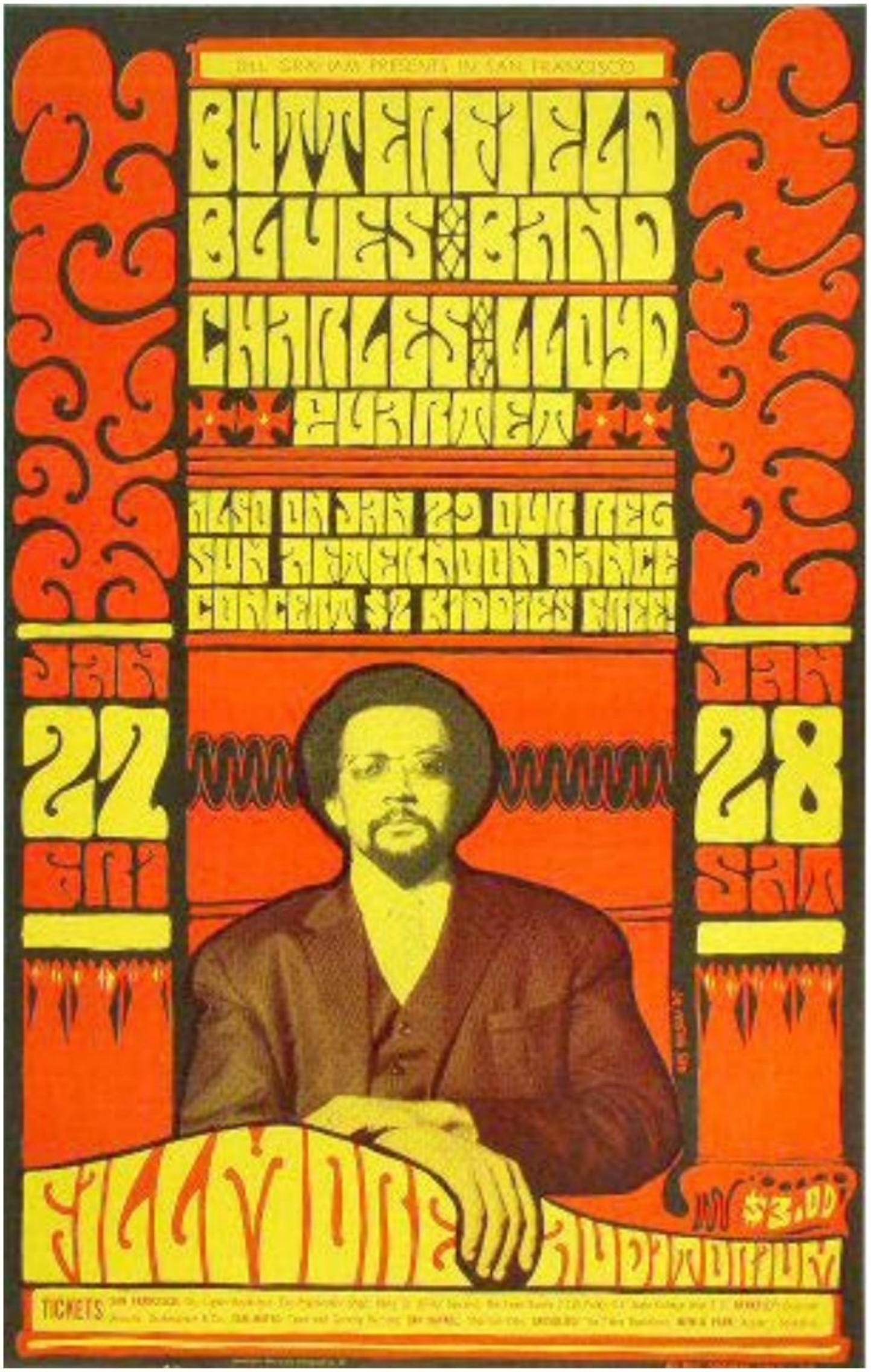
Num piscar de olhos, eis que um arco-íris traz o baú de imagens da vovó ao universo *underground*, transformando Mucha e Toulouse-Lautrec em *cults* contemporâneos, aceitos com tranquilidade em paredes de comunidades frequentadas por Grateful Dead, Che Guevara e Jefferson Airplane. Além da estética do *Art Nouveau*, a cultura dos simbolistas dos últimos anos do século XIX, com sua veneração pelo bizarro, seus cultos esotéricos e a intimidade com flores, passa a falar mais de perto aos jovens do que falavam os ainda recentes e polidos cromados do design moderno.

Um amigo de colégio, brasileiro que participava de programas de intercâmbio, manda em 1966 uma carta da *High School* Americana na qual revela inédita palavra mágica: "por aqui só se fala em *psychedelic* (pronuncia-se sai-que-délic)".

Mas, afinal, que palavra é essa? Começando do começo, *psi* é a vigésima terceira letra do alfabeto grego, e com ela se escreve a palavra que tem como correspondente português o prefixo psic, para designar "sopro", sopro de vida, alma. Extensamente utilizado em termos cunhados desde o século XIX, o anteposto psic(o) viaja sem constrangimento da religião à ciência, da física à metafísica, da medicina à mágica. Mas é no fim dos anos 50 que a palavra parece surgir designando substâncias alucinógenas e intitulando a arte feita sob o efeito de drogas, para depois batizar um "estilo" visual, uma atitude gráfica e um padrão musical. Psicodélico é composto pelo prefixo psic(o)+delo (delôs, delon): tornar visível, fazer ver, manifestar. Será que estamos falando grego?

PSICO FRESA EUFORIA REVOLUCA

¿LICAS
ORGÁNICOS
ENTRE
ASEXUAL

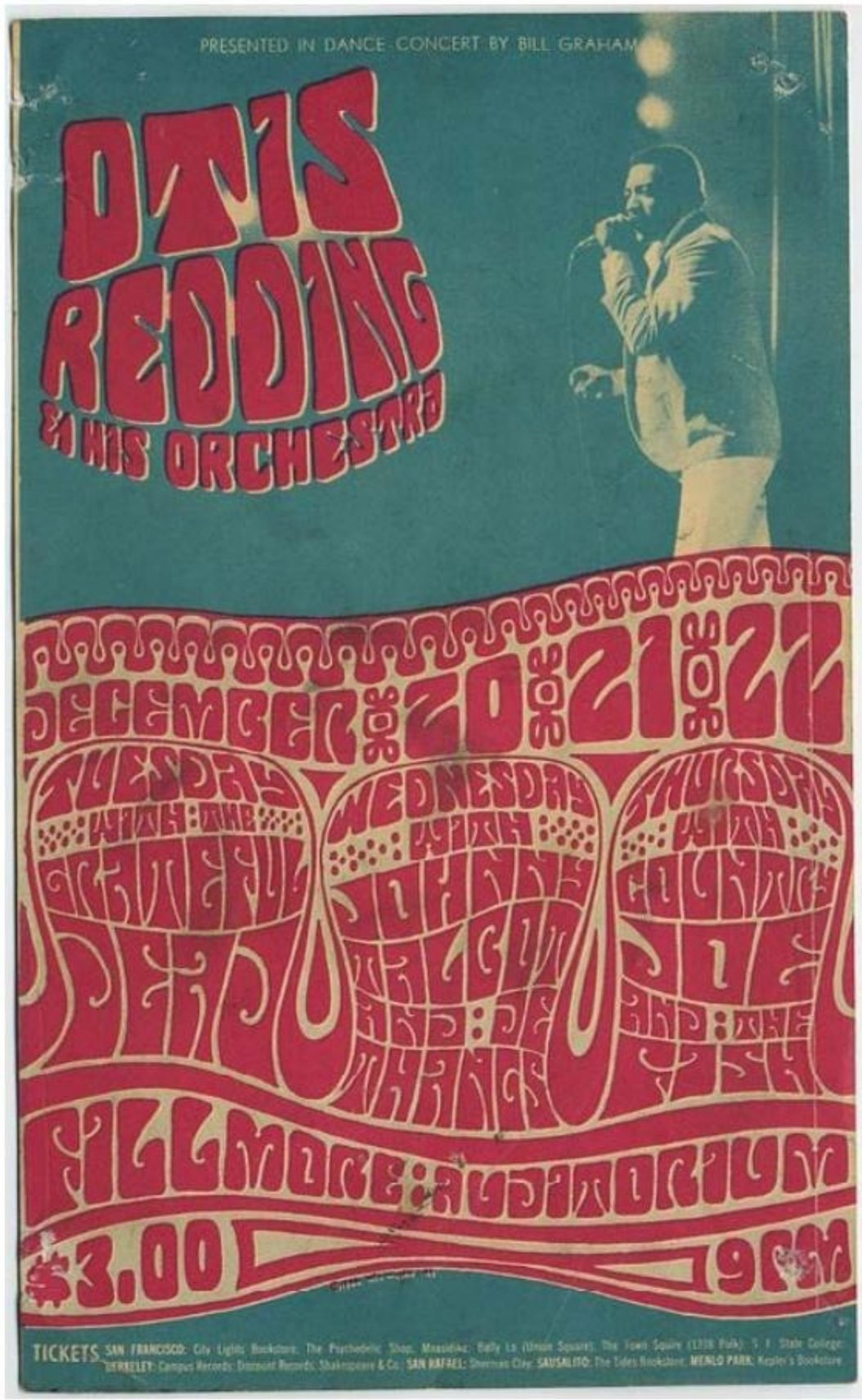


Na página anterior: Ilustração de Larissa Machado, 2016
À direita: The Paul Butterfield Blues Band, Charles Lloyd Quartet 1967 por Wes Wilson

Ao ver um catálogo de exposição *Jugendstil* and expressionism, Wes Wilson iniciou o rápido caminho para se tornar o desenhista que daria as bases do letrismo e das cores psicodélicas. "Acho que eu selecionava minhas cores a partir da experiência visual com LSD, acrescentada àquilo que havia aprendido como impressor", confessa Wes Wilson, explicitando também a influência do desenho de letras *Secession*, de Viena, em sua obra gráfica.

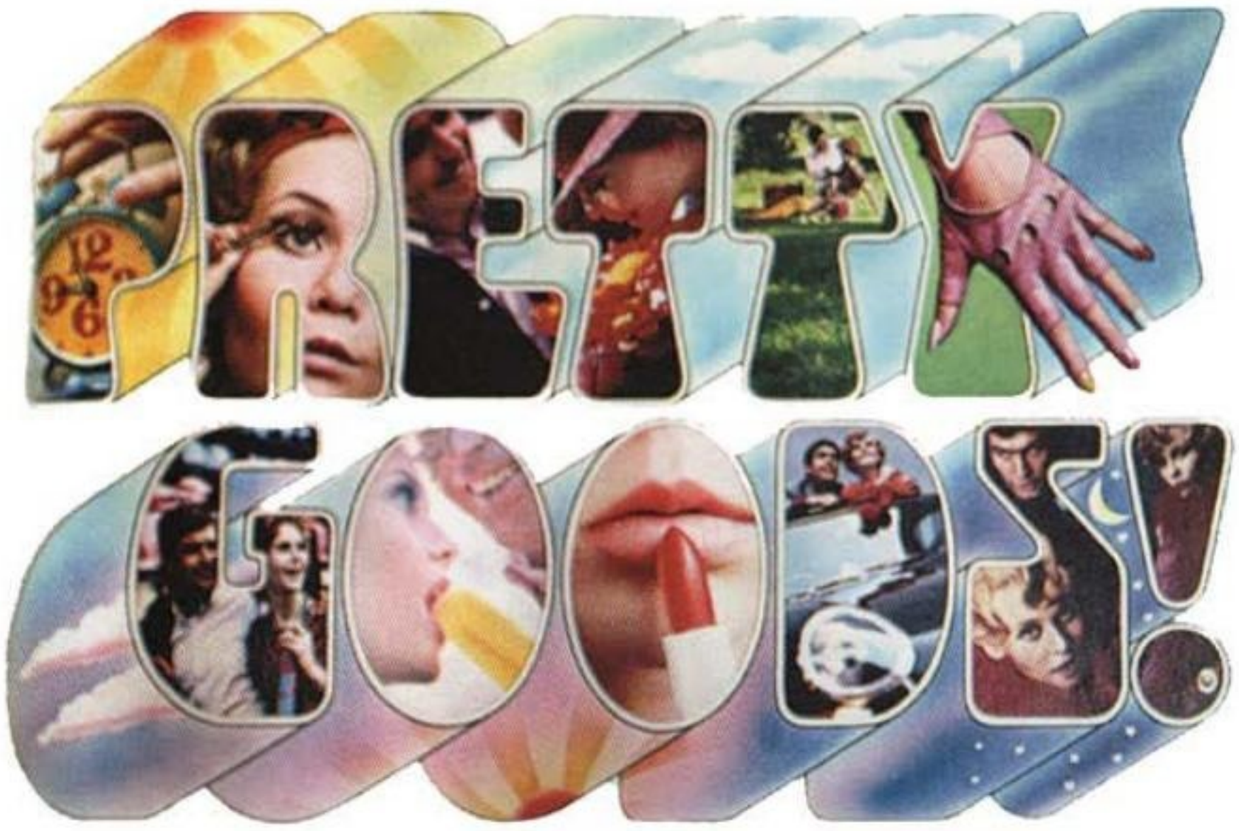
Como poderíamos falar de "família tipográfica" num contexto em que o próprio conceito de família estava sendo mais bombardeado do que o Vietnã? Contra o princípio que reza dever-se estabelecer um padrão normativo básico e a partir desse ser condescendente com variações controladas propunha-se a substituição da regra pela atitude, o que, embora pareça e seja também político, é rigorosamente gráfico. A substituição do tipografia pelo desenho é a um só tempo expressão cultural e individual. Certamente, as psicodélicas não são tipos de família.

As palavras art Nouveau, Jugendstil, Secession ou Psicodélicas são basicamente desenhadas. O autor gera sinais (palavras) que, mesmo funcionando semanticamente, são visualmente auto significantes (como grafismos), sempre símbolos de um tempo e de uma atitude.


PRESENTED IN DANCE CONCERT BY BILL GRAHAM
OTIS REDDING
& HIS ORCHESTRA
DECEMBER 20 21 22
TUESDAY
WITH: THE GRATEFUL DEAD
WEDNESDAY
WITH: JOHNNY TALBOT AND: DE THANGS
THURSDAY
WITH: COUNTRY JOE AND: THE FISH
FILLMORE AUDITORIUM
$3.00
9PM
TICKETS SAN FRANCISCO: City Lights Bookstore, The Psychedelic Shop, Moscone, Rally Ln (Union Square), The Town Square (1338 Polk), S. F. State College
BERKELEY: Campus Records, Discount Records, Shakespeare & Co. SAN RAFAEL: Sherman's Clay SAUSALITO: The Tides Bookstore, MENLO PARK: Kepler's Bookstore

Otis Reading & His Orchestra, Grateful Dead, Johnny Talbot & De Thangs, Country Joe & the Fish, 1966 por Wes Wilson

Letterings populares dos anos 60 retirados do livro "Custom Lettering Of The 60s & 70s, editado por Rian Hughes



Design? Nem pensar. Design tem método, autoria e reprodução segundo princípios de identidade e serialidade. No nosso caso, as autorias dos desenhos de letras são com frequência vagas, permitindo-se a cópia, a referência, o plágio e a deformação. Assim é que o autor, nem designer gráfico nem artista plástico, é um artista gráfico.

A tipografia clássica, como o próprio nome diz, é classificatória e, fortemente desenvolvida no século XIX, tem jeitos positivistas. Na classificação há predomínio morfológico, exigindo por isso nomenclatura decorrente da visão anatômica, que repousa em analogias corporais. Assim é que as letras têm braços, pernas, caudas, barrigas, orelhas, esporas, espinhas e ombros. Como letras latinas, assentam em linhas horizontais - representação do chão - e crescem segundo critérios de equilíbrio visual que consideram eixos de verticalidade, como se letras impressas fossem sujeitas à força da gravidade. A analogia arquitetônica também é visível: ápices, barras ("vigas"), hastes ("pilares"), terminais, aberturas ("janelas"), curvas, conexões e juntas.

De um jeito ou de outro estamos falando do pensamento construtivo, neoclássico, racional e cientificista que denomina e controla também as excrescências (capitulares, bolds, itálicas...), assimilando e normatizando os inevitáveis gigantes, anões, tortos e obesos que acontecem nas melhores famílias.

Há ainda o regulamento de convivência, a administração rigorosa do espaço entre as letras, entre as linhas, recuos laterais, *kerns*, compensações, aumentos, continuações, espaços de arejamento. A correta coordenação desses conhecimentos classificatórios, normatizadores e terminológicos definiria a atividade tipográfica e seria um pressuposto para a criação do belo harmônico de um texto/contexto social em ordem.

Toda letra psicodélica é *freak*, convivendo em um espaço *freak*. Em vez de construção tem-se comportamento, pois as ações da contracultura não se propunham construir nada, mas sim trabalhar comportamentos. E o comportamento desses tipos, que parecem muito loucos, é na verdade orgânico, biológico. Sim, em tempos de revolução sexual, o corpo está na berlinda, mas não se trata do corpo esculpido, mecanicamente construído para ser visto, como acontece nos anos 2000. Trata-se do comportamento do corpo em orgasmo e repouso, de um corpo fisicamente livre que seria pré requisito a uma psique, alma ou espírito também liberto.

As letras psicodélicas não acontecem basicamente por construção; ocupam o espaço organicamente, como células, como plantas, e as palavras são: contaminação, reprodução, conjunção, acomodação, divisão. A segurança da uniformidade é trocada pela aventura disforme.

RELAÇÃO ENTRE CORPOS, TIPOS E TIPOS DE CORPOS

Tipograficamente falando, o espaço entre as letras (não a distância, mas o espaço) configura um "não-desenho", regedor de critérios de espaçamento e opticamente auxiliar de legibilidade. Assim como os "vazios" internos dos tipos. Na escrita psicodélica, esses espaços não-desenho tendem a ser substituídos pelo *full-contact,* sem nenhuma preocupação de favorecimento de legibilidade. Também o mobiliário torna-se orgânico e biomórfico, adequando e repetindo o corpo em repouso e sonho.

As psicodélicas aconteceram antes e depois da hegemonia modernista do entre guerras. Antes, com o *Art Nouveau* e os simbolistas, e depois, com a revolução dos anos 60/70. Fossem cadeiras, não frequentariam saraus da Bauhaus, estariam mais à vontade com a poltrona Sacco, que Getti, Paulino e Teodoro desenharam em 1968, no ambiente do antidesign italiano.

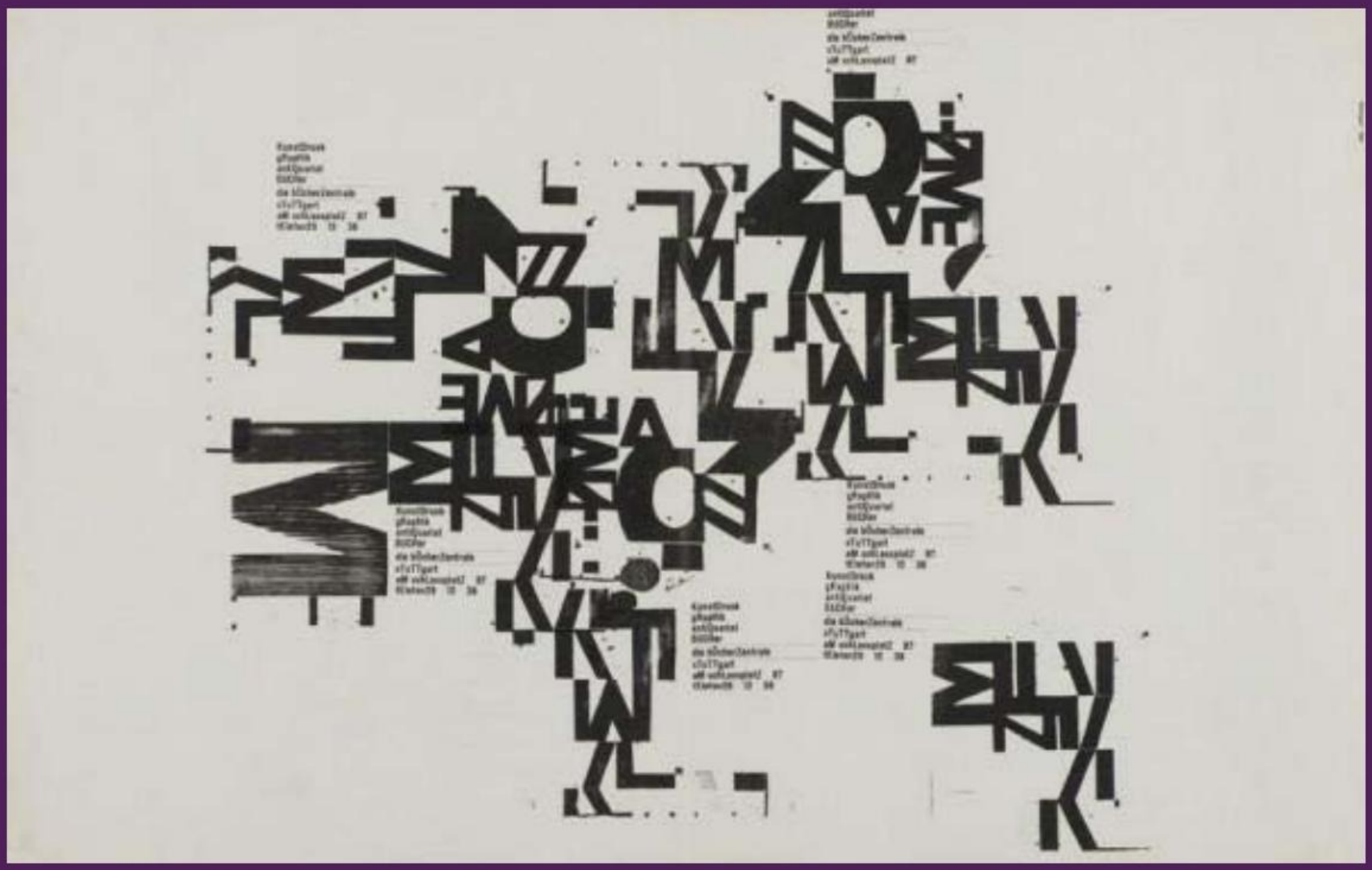
Com seu estilo liberty, seu escancaramento como adorno, seu colorismo arbitrário, seu simbolismo, seu caráter estético referencial de qualquer coisa e seu desprezo pelo bom gosto - *"bad taste is good taste"* -, as psicodélicas já são pós-modernas.

Amoldam-se ao espaço vital como trepadeiras ou dependuram - se na arquitetura de cada página como casa de marimbondos em cada canto de telhado. À mão livre, vão crescendo, ocupando, preenchendo o espaço vital da folha.

AS LETRAS NÃO CONTÊM CORES, SÃO CORES. NÃO EXISTE DISTINÇÃO ENTRE LETRA E GRAFISMO. TODA PALAVRA É UM LOGOTIPO FUGAZ. CADA PALAVRA É UM SÍMBOLO.

À direita: Ilustração de Larissa Machado, 2016

25 LETRAS
25 CORES
25 SORRISOS



Pôster por Wolfgang Weingart, 1962

“TIPOGRAFIA PODE SER TAMBÉM ALGO QUE NÃO PRECISA SER LIDO (...) PODE FAZER ALGO ILEGÍVEL, PARA QUE O LEITOR DESCUBRA A RESPOSTA.”

"Tipografia pode ser também algo que não precisa ser lido. Se você gosta de transformar partes dessa informação em algo mais interessante, pode fazer algo ilegível, para que o leitor descubra a resposta." W. Weingart citado por C. Ferlauto, em O tipo da gráfica. Mais do que isso, pode ser algo aparentemente legível, para que apenas um tipo de leitores desenhe a resposta: aqueles confiáveis, com menos de trinta anos.

Nesse momento começamos a atuar criptograficamente. O texto passa assim a mediar dois discursos uníssonos - o primeiro, que atinge instantaneamente quem vê as palavras e diz: "Essa é uma comunicação *underground*"; e o segundo, posterior à leitura, que passa um recado. Depois do olho imediato, a viagem cerebral de entendimento das regras do desenho daquelas palavras. Mas, atenção, essas regras diagramadoras são únicas, só valem para aquele texto naquele cartaz, naquele momento, não estabelecendo padrão ou família.

Ao fazer assim, essa escrita psicodélica já seleciona seus leitores, agindo na hora ("*instant zen*") e provocando total repugnância ou sedução fatal. Esse puxa-empurra vai além da tipografia: as cores acrílicas e vibrantes exigiam colírio (ou óculos escuros) e a impressão pobre sobre papel vagabundo repelia tios, pais ou jovens desinformados. Por uma razão ou por outra, em um lugar ou em outro, as mensagens corriam expostas porém cifradas, gerando lendas codificadas.

Será verdade que o ruído de "*A Day in the Life*", de *Sgt. Peppers Loney Hearts Club Band* (Beatles), se "tocado de trás para diante", revelava mesmo uma música erudita? Será que o que Gil gritava no meio de "Alfômega", de Caetano, era "Marighella"? Por que "Araçá Azul" avisava na capa ser "um disco para entendidos". E Paul (McCartney), afinal, "*is dead*"?

As letras psicodélicas não fazem parte da biografia autorizada da tipografia. Foram um susto, um orgasmo precoce, um sonho curto que durou poucos anos e acabou em exaustão descontinuada. Foram um tropeção na caminhada tipográfica, mas, como dizem os hispânicos, "*el tropezón adelanta un paso*". Ou como reza o ditado popular da terra do Sol, Deus escreve certo com linhas tortas. E se não escreve, naquele tempo, pelo menos, escrevia.

A LINGUAGEM VISUAL POR TRÁS DOS PÔSTERES

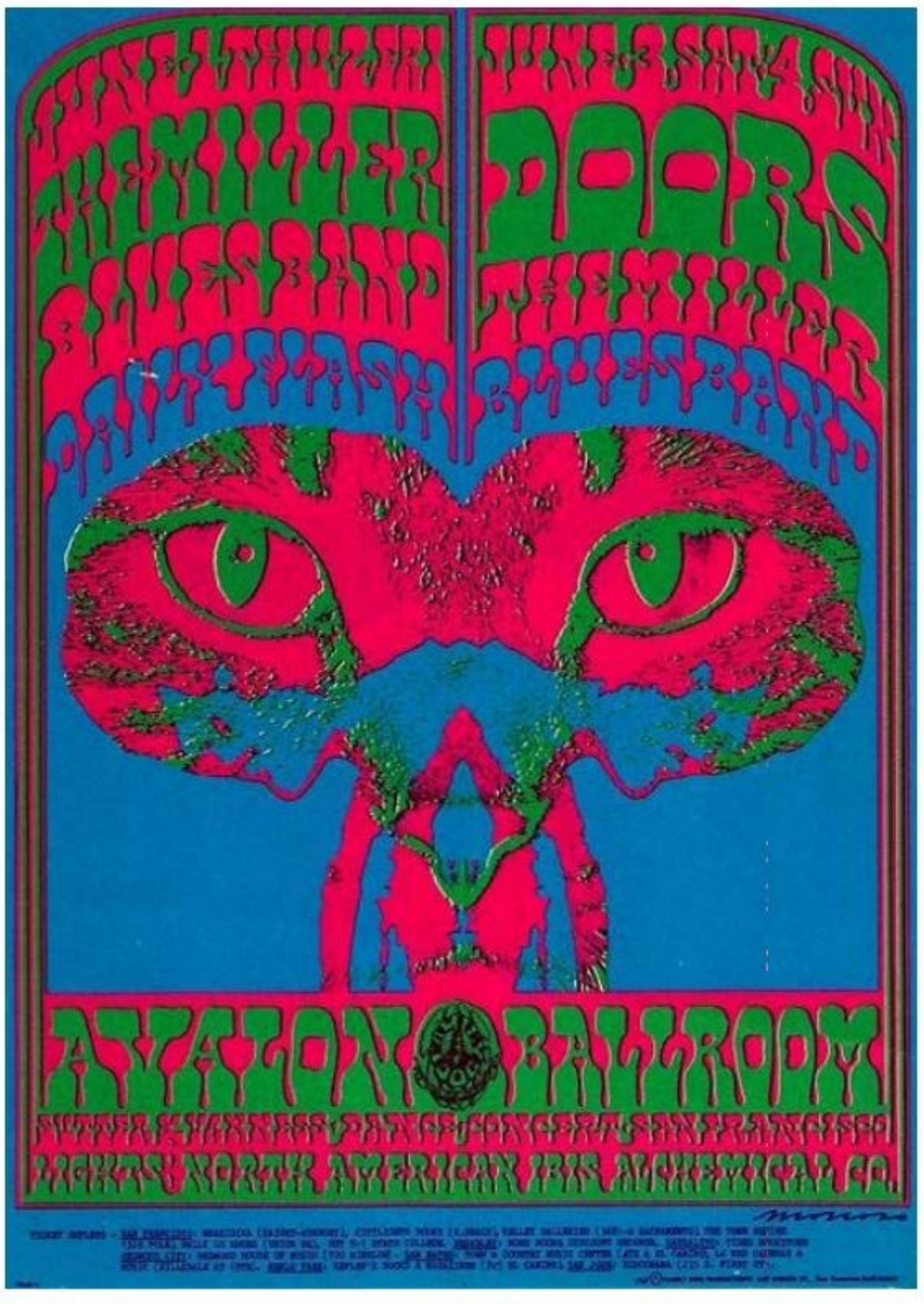
A rebeldia dos jovens contra a vontade de seus pais, o uso de drogas, a música, cabelos compridos e roupas coloridas na qual predominava-se a contracultura dos anos 60 e posteriormente a diversidade dos anos 70 acabaram por influenciar o mundo das artes. Cores em abundância, símbolos místicos, elementos oníricos, o uso do misticismo, a cultura Sci-Fi entre outras foram fortemente predominantes. Com base nessa mistura de estilos os artistas da época se embasaram e construíram o conceito de 'liberdade total'. O uso das drogas alucinógenas contribuiu para a profusão das cores se tornarem mais intensas e realçadas assim como os tracejados liberais das ilustrações. Artistas como Wes Wilson, Victor Moscoso, Bob Masse, Rick Griffin e Tadanori Yooko foram uns dos principais que embarcaram no mundo das capas e dos pôsteres de bandas e festivais de rock.

Por W.H STEOLA

A CONTRACULTURA E AS VIAGENS ALUCINÓGENAS NO USO DAS CORES

POR DESIGN INNOVA

Na página anterior: colagem com fotografias de ilustradores de pôsteres, da esquerda para direita, Alton Kelley, Victor Moscoso, Rick Griffin, Wes Wilson e Stanley Seidemann. Abaixo: Victor Moscoso para Avalon Ballroom 1967 - The Doors, Steve Miller Blues Band.



A contracultura, que era a necessidade do jovem de viver outra vida totalmente oposta a vontade de seus pais, as características desse comportamento eram os cabelos compridos, roupas coloridas, misticismo oriental, música e drogas. Os jovens cansaram do modelo "envernizado" dos anos 50 do "*American Way of Life*" que colocava o estilo de vida americano como o ideal para todo mundo, onde se tinha rapazes bem alinhados de paletó e gravata trabalhando para sustentar suas esposas, que deveriam ser educadas para fazer serviços domésticos e também deveriam estar impecavelmente vestidas para os maridos. Esse modo de vida ruiu por completo com a Guerra do Vietnã. A contracultura inspirou mudanças nos mundos das artes, lembravam as viagens alucinógenas. Quando pensamos na explosão da psicodelia, na segunda metade dos anos sessenta, tendemos a imaginar o papel da música como principal agente alavancador de todo esse processo. Revistas em quadrinhos, fanzines, jornais e revistas artesanais e alternativas, panfletos, e sobretudo os cartazes anunciando shows e eventos em geral, contribuíram, e muito para difundir tal estética e espalhar os ideais da contracultura, *Flower Power*, e as diversas ramificações derivadas e irmanadas.

O uso de cores em profusão, e a perspectiva do uso de elementos oníricos, místicos, shamânicos, lisérgicos, da espiritualidade oriental e da cultura Sci-Fi, foram preponderantes. Nessa salada de influências aparentemente tão díspares entre si, os artistas plásticos que nela trabalharam,

usaram o conceito da liberdade total, misturando tudo numa solução líquida única para se mexer no caldeirão fervente e que gerou, por conseguinte, a efervescência do movimento.

Sem fazer apologia às drogas, mas explicando, no uso de certas drogas alucinógenas, a profusão das cores se torna muito mais realçada do que a visão que temos delas na vida normal, e portanto, isso explica em boa parte a opção pelo uso indiscriminado de cores nos trabalhos gráficos criados nessa época, e o hábito *hippie* de usar tal prerrogativa no quesito figurino do cotidiano, e por conseguinte, determinando a estética dos músicos de bandas de Rock, seguindo tal tendência no seu vestuário padrão dessa época. Outros fatores importantes para reforçar tal conceito das cores em profusão: a brutal influência do misticismo oriental e indígena norte-americano, misturados em doses maciças.

À esquerda: Pôster psicodélico por Gary Grimshaw para promover festas de um dos maiores cenários da história do rock, a casa de shows Grande Ballroom, em Detroit.
À direita: Pôster por Gary Grimshaw para Grande Ballroom.

CARTAZES E O NEW DESIGN

Os cartazes se configuraram como o meio perfeito para veicular o impacto visual criado pelos artistas psicodélicos, por ser uma mídia barata e com possibilidade de reprodução em grande escala (BUCCI, 2004)

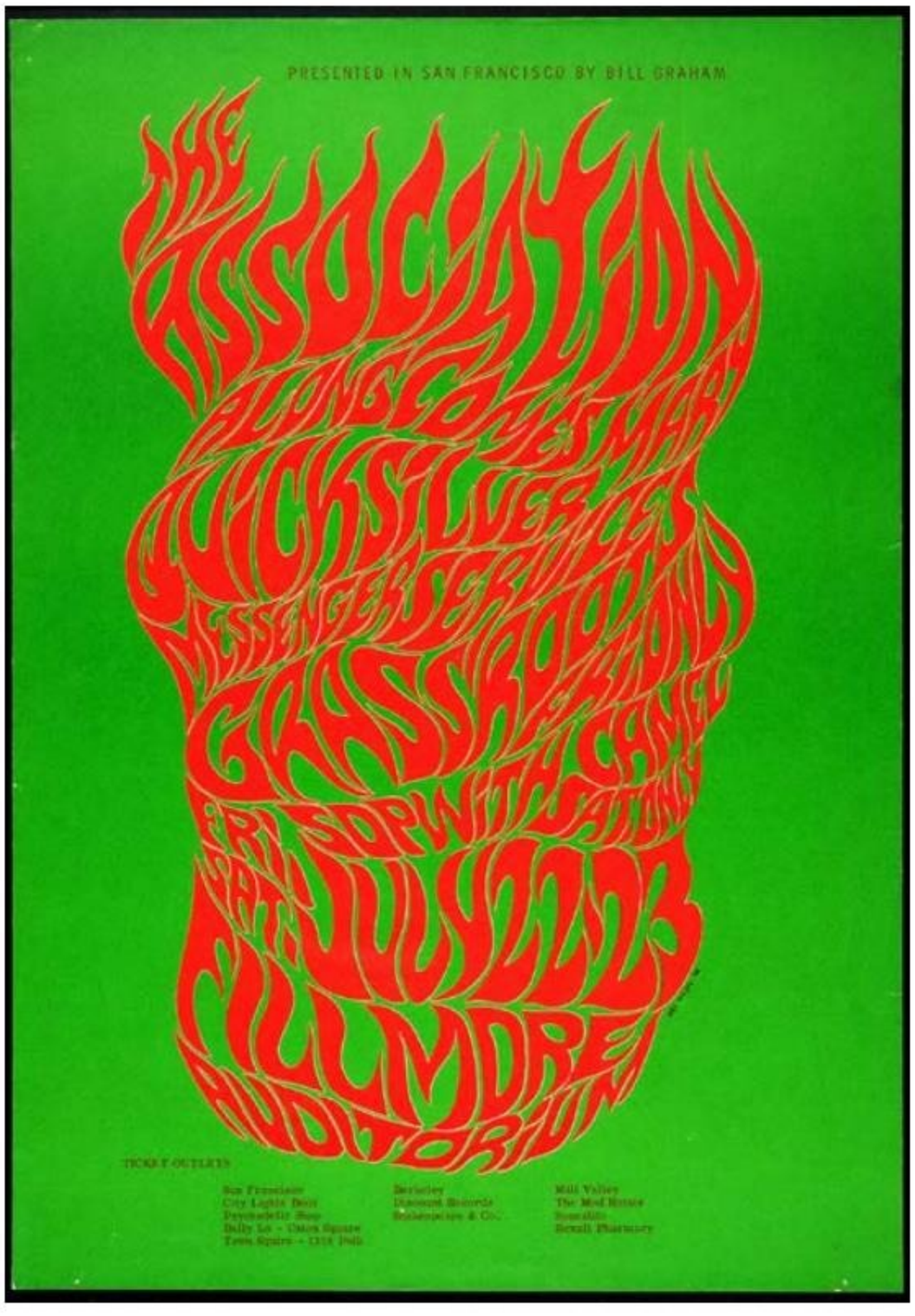
Esses cartazes difundiam um código próprio, compartilhado entre os que participavam desse movimento e podiam entender seu simbolismo de cores vibrantes e de pouca legibilidade. Sob o enfoque do Psicodelismo, os cartazes eram criados para uma plateia exclusiva, carregando a mensagem implícita de que "se você não consegue ler, não é para você" (CAMBESES, 2004).

Os anos 60 foram definidos pela palavra inconformismo, os anos 70 a palavra seria, sem sobra de dúvidas, diversidade! Diversidade de crenças, ideias, estilos, músicas... agora os jovens iam e vinham de uma tribo para outra, experimentando e conhecendo as possibilidades desse mundo pós-1960, com sua liberdade de escolha para serem o que bem entendessem.

A partir de todo este impulso na década de 1970 os designers iniciaram um movimento que foi conhecido como *New Design* ou Anti-Design que propunha usar métodos artísticos, não mais dirigidos por projetos racionais, desfazendo os limites entre arte e design. As possibilidades do computador eram exploradas por uma nova geração de designers. Wolfgang Weingart foi um designer tipográfico que influenciou outros profissionais, com suas fotocomposições distorcidas e espichadas, fundindo imagem e palavra através do processo de reprodução. Sob o lema de "a forma segue a diversão" (*form follows fun*) e "menos é aborrecido" (*less is bore*) defendiam um design com maior função simbólica, com maior carga de humor e ironia, uso de elementos "kitch" (gosto popular e ordinário) e maior sensualidade. Flores, curvas, cores e saturação de formas; uso de materiais reciclados assim como tipografias psicodélicas e objetos não funcionais foram ganhando cada vez mais aceitação entre os jovens designers que faziam exatamente aquilo que era considerado errado no "Bom Design" funcionalista.

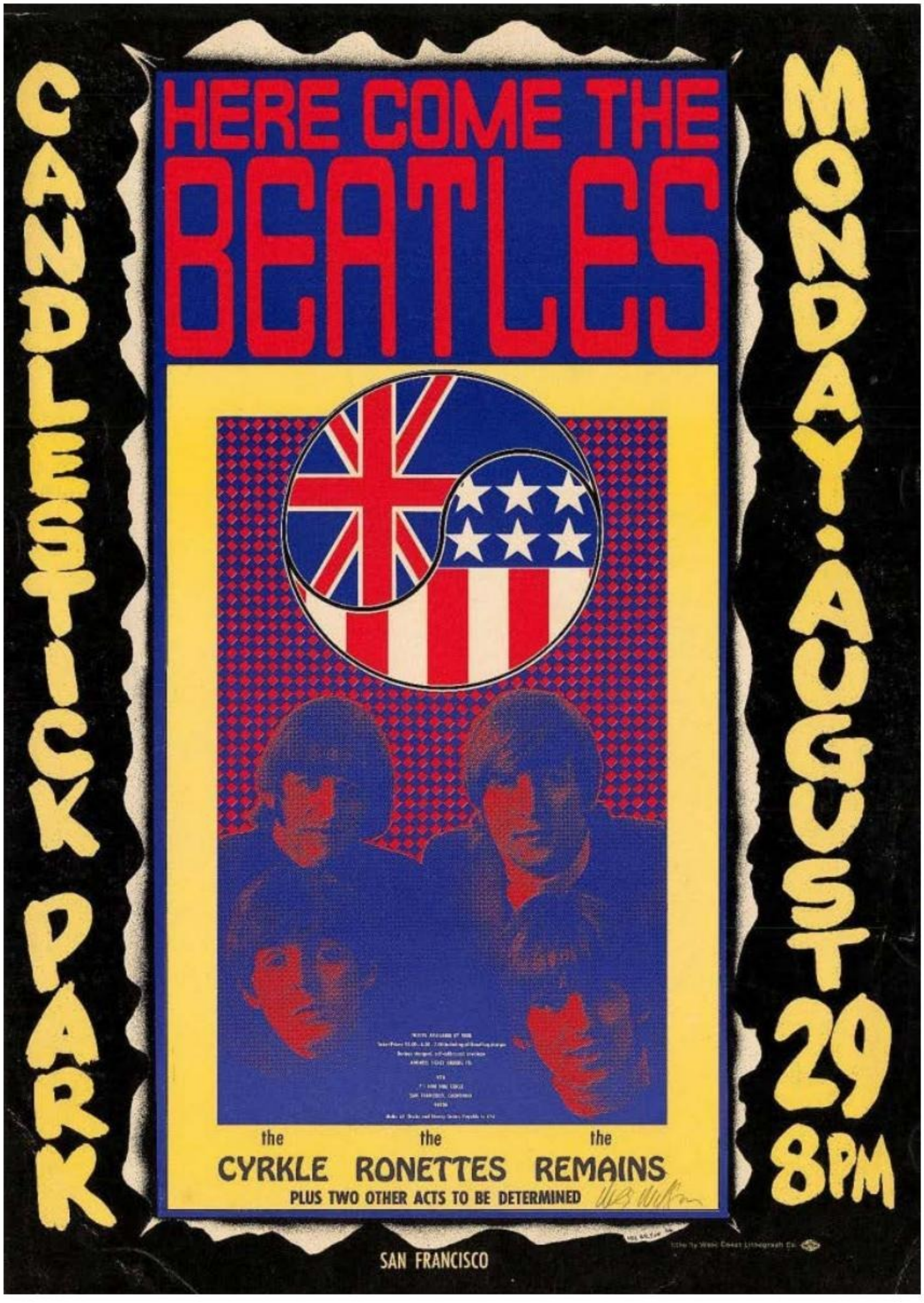
Wes Wilson

Inovador no estilo, Wes Wilson (como ficou conhecido) foi considerado o percursor do cartaz psicodélico pela estética adotada em seu cartaz para o concerto "The Association". Em seus trabalhos, a escolha da tipografia e das cores eram feitas a partir de suas experiências visuais com LSD. Por isso, foi recorrente o uso de cores e imagens bastante saturadas, que davam a sensação de movimento ao observador, além da tipografia (quase) ilegível. Wes Wilson tinha uma queda especial pela *Art Nouveau* de Alfred Roller, utilizando com frequência essa referência em seus cartazes.



A tipografia se transformando numa imagem em "The Association" (1966)

Referenciando a Art Nouveau no poster para o concerto "Captain Beefheart" (1966)



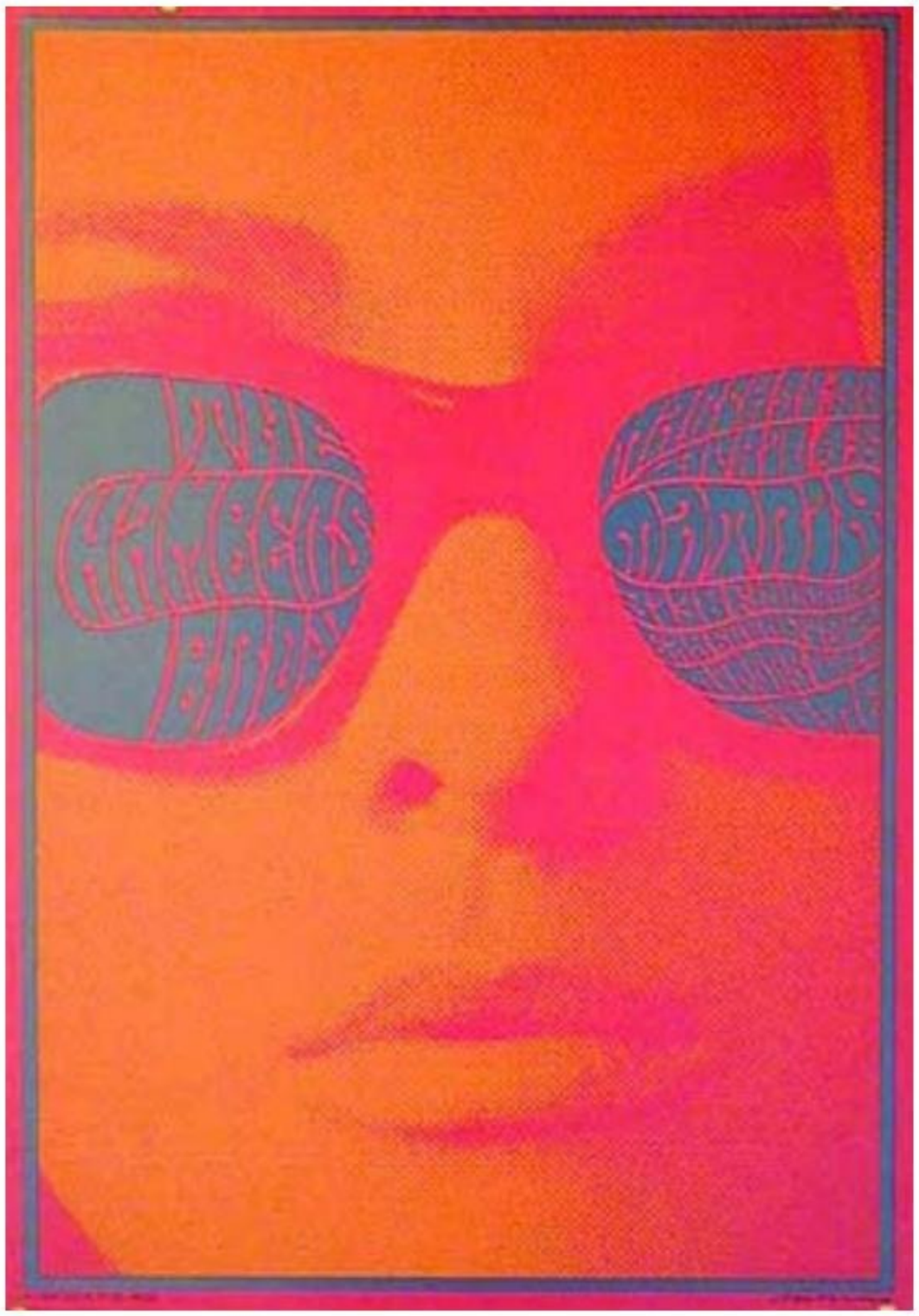
Em 1966, Wilson criou o cartaz para o que seria o último concerto dos Beatles

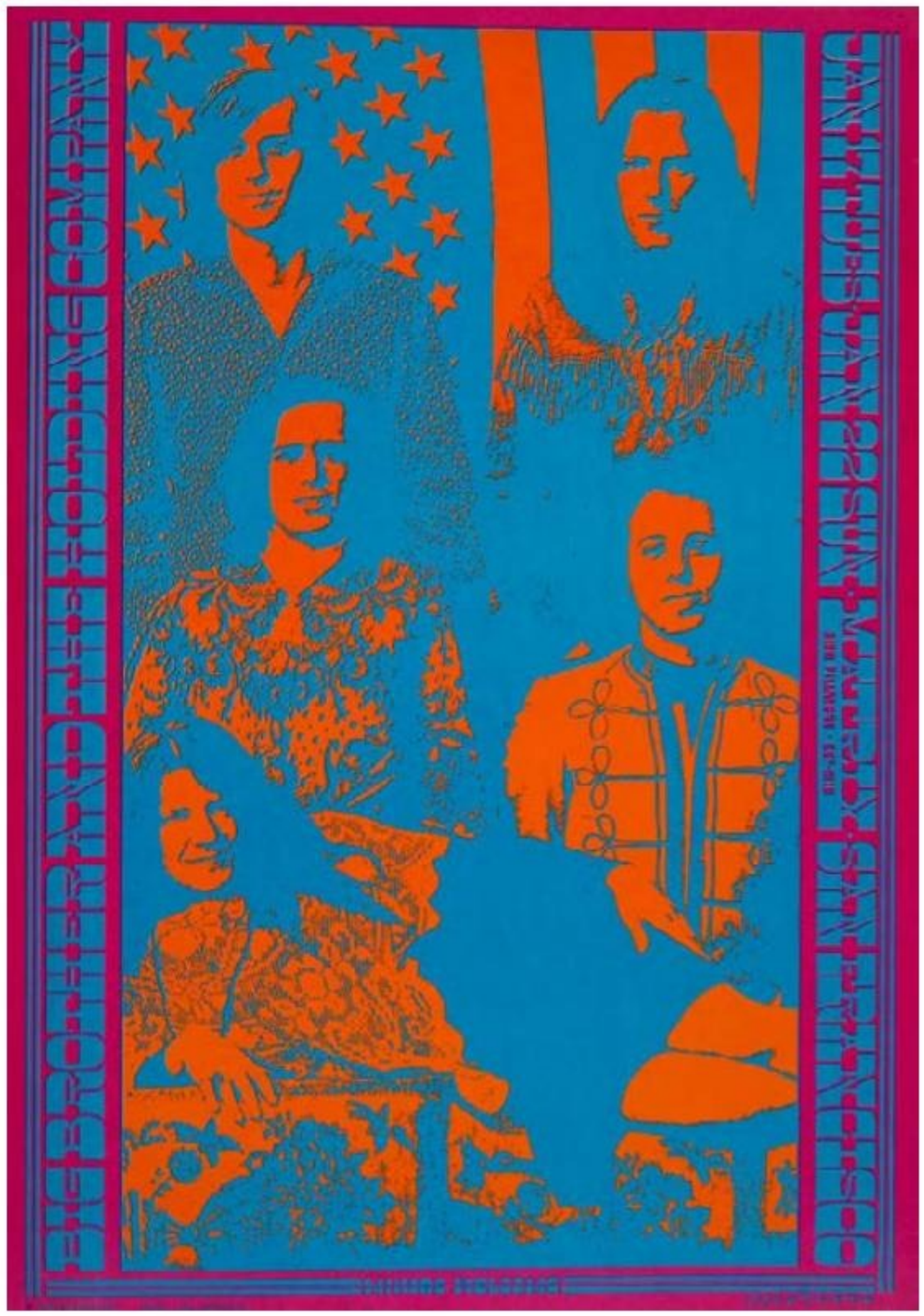
Victor Moscoso

O único - entre os mais importantes designers psicodélicos - que teve uma educação artística formal, ou seja, cursou uma universidade e tinha alguma experiência na área. O trabalho de Moscoso tem como características marcantes as manipulações de imagens através do uso de colagens (sendo ele o percursor desse tipo de técnica nos cartazes psicodélicos), e a vibração e efeito ótico proporcionado pelas cores escolhidas (influenciado totalmente pela Op Art).

Falando em cores, o uso/escolha das cores no trabalho de Moscoso foi totalmente influenciado por um de seus professores de Yale, universidade a qual ele cursou. Bom, esse professor foi nada menos que Josef Albers! {Engraçado o rumo que as coisas podem tomar, não?! Só para dar um refresh, Josef Albers foi professor na Bauhaus, e defendia totalmente o estilo bauhasiano de ser... Interessante, não?!}

A manipulação de imagens no cartaz para "Pablo Ferro Films" (1967)





À esquerda: A imagem reticulada com cores contrastantes e tipografia Art Nouveau em "Neon Rose #12" (1967)
Acima: Para o concerto dos Big Brother and The Holding Company, em 1967, Moscoso usou cores super vibrantes e contrastantes em negativo

Bob Masse

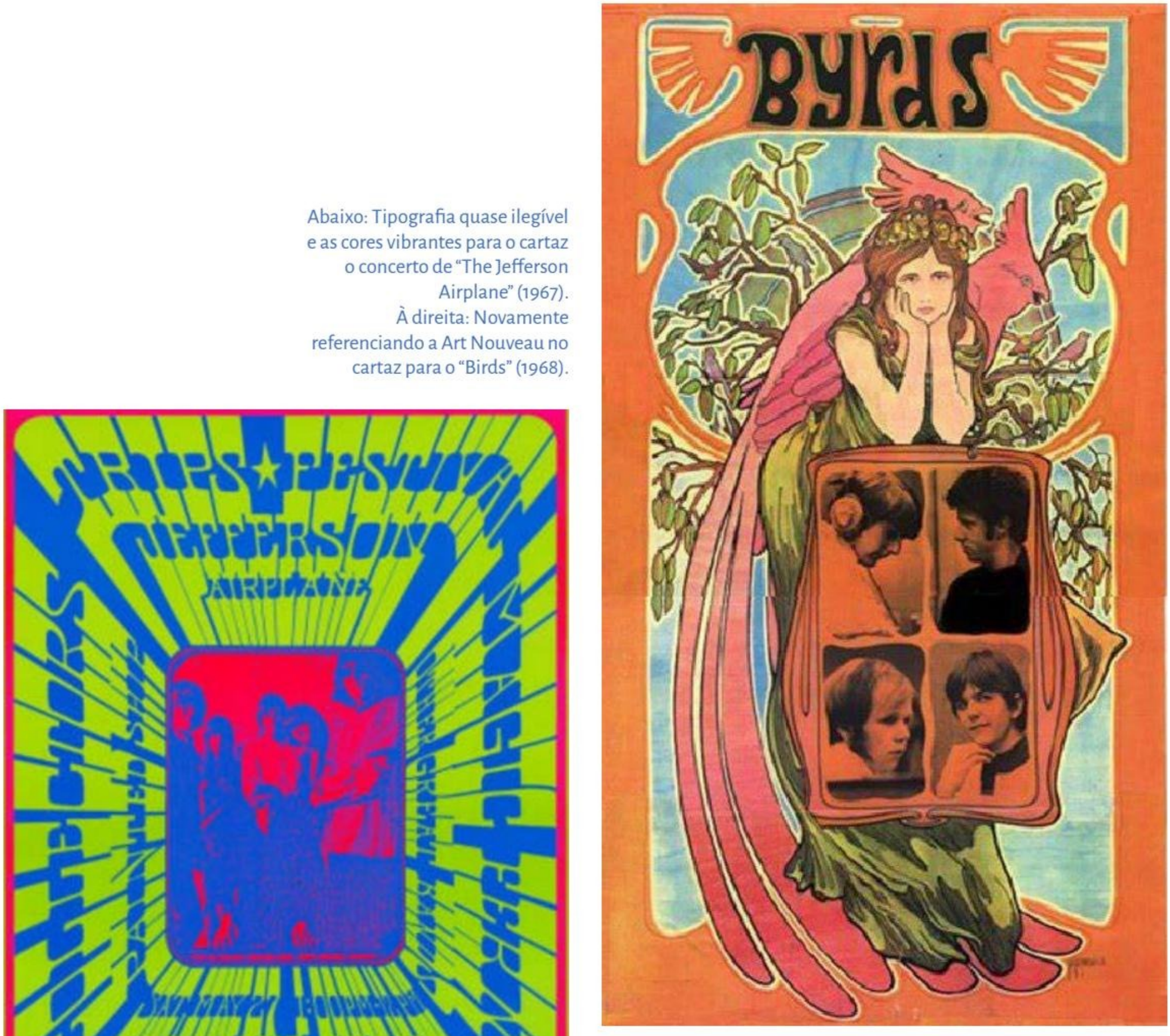
Se Alphonse Mucha estivesse vivido nos anos 60, suas obras certamente seriam assim, como as de Bob Masse. Influenciado pela cena musical e cultural da Califórnia dos anos 60 e a *Art Nouveau* de Alphonse Mucha, o canadense Bob Masse é outro grande nome do Psicodelismo.

Seu trabalho é caracterizado pelo grande destaque a figura feminina (maioria de seus cartazes), uma paleta de cor super característica, e uma tipografia única. Inconfundível!

Bob Messe continua na ativa, firme e forte, até hoje com seus cartazes. Tem como clientes a banda como: *U2*, *Smashing Pumpkins*, *Neil Young* e *The Strokes*.

Em 1967, para o cartaz de um concerto para o "Grateful Dead" mostrando todo seu lado Mucha de criar.

Abaixo: Tipografia quase ilegível e as cores vibrantes para o cartaz o concerto de "The Jefferson Airplane" (1967).
À direita: Novamente referenciando a Art Nouveau no cartaz para o "Birds" (1968).

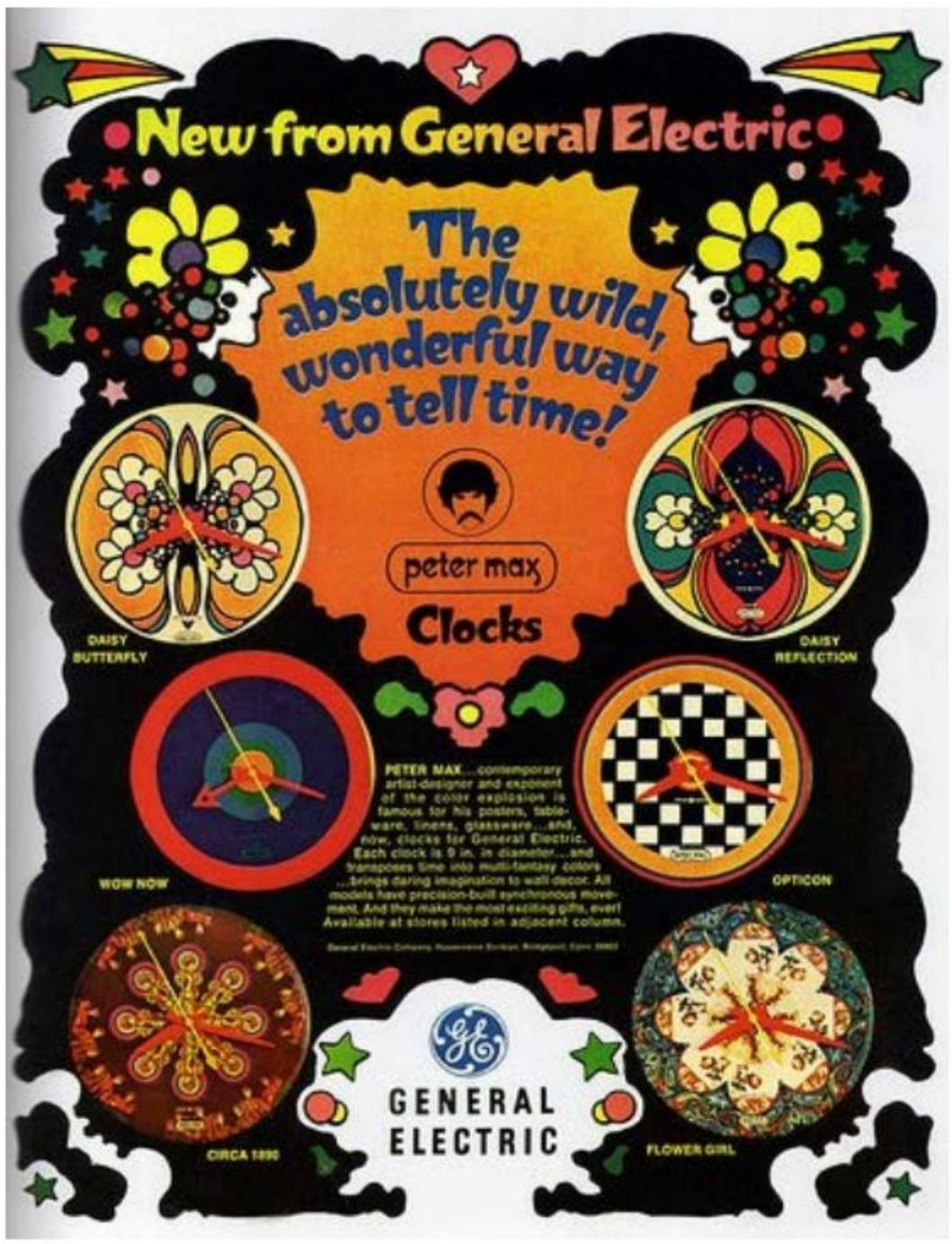


Peter Max

Selos para comemorar a
"Expo "74".

Designer baseado em Nova York, podemos enquadra-lo naquele período que o Psicodelismo se tornou mais popular. Com um estilo que mistura Psicodelismo e a Pop Art, Peter Max foi muito bem sucedido {vide que ele ATÉ saiu na capa da Life Magazine de 1969, tá!} no final da década de 1960 e início de 1970.

Max fez diversas experiências com suas criações e as técnicas de impressão, aplicando esse estilo vendável em cartazes e produtos - como canecas, relógios, camisetas.


New from General Electric
The absolutely wild, wonderful way to tell time!
peter max
Clocks
DAISY BUTTERFLY
DAISY REFLECTION
PETER MAX...contemporary artist-designer and exponent of the color explosion is famous for his posters, tableware, linens, glassware...and, now, clocks for General Electric. Each clock is 9 in. in diameter...and transposes time into multi-fantasy colors ...brings daring imagination to wall decor. All models have precision-built synchronous movement. And they make the most exciting gifts, ever! Available at stores listed in adjacent column.
WOW NOW
OPTICON
GENERAL ELECTRIC
CIRCA 1890
FLOWER GIRL

À esquerda: Em 1968, Max assinou uma coleção de relógios para a General Electric.
Acima: Cartaz "Love" (1967), o estilo psicodélico vendável.

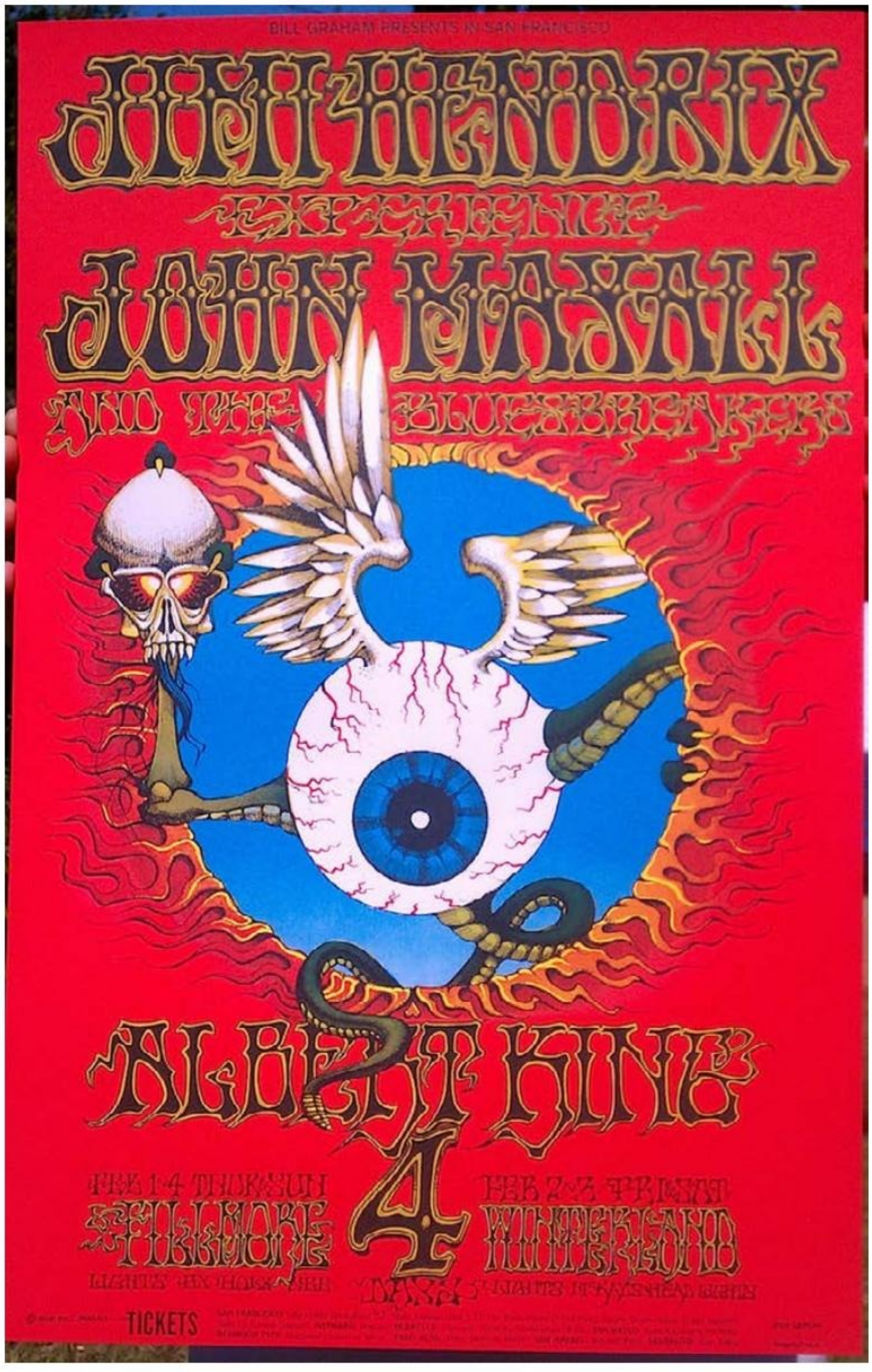
Rick Griffin

Richard Alden Griffin nasceu perto de Palos Verdes, Califórnia, em 18 de junho de 1944. Seu pai era um engenheiro e arqueólogo amador e como um menino Rick seguido em escavações no sudoeste. Foi durante este tempo que Rick foi exposto a artefatos americanos e fantasma cidade natal que vieram a influenciar o seu trabalho mais tarde.

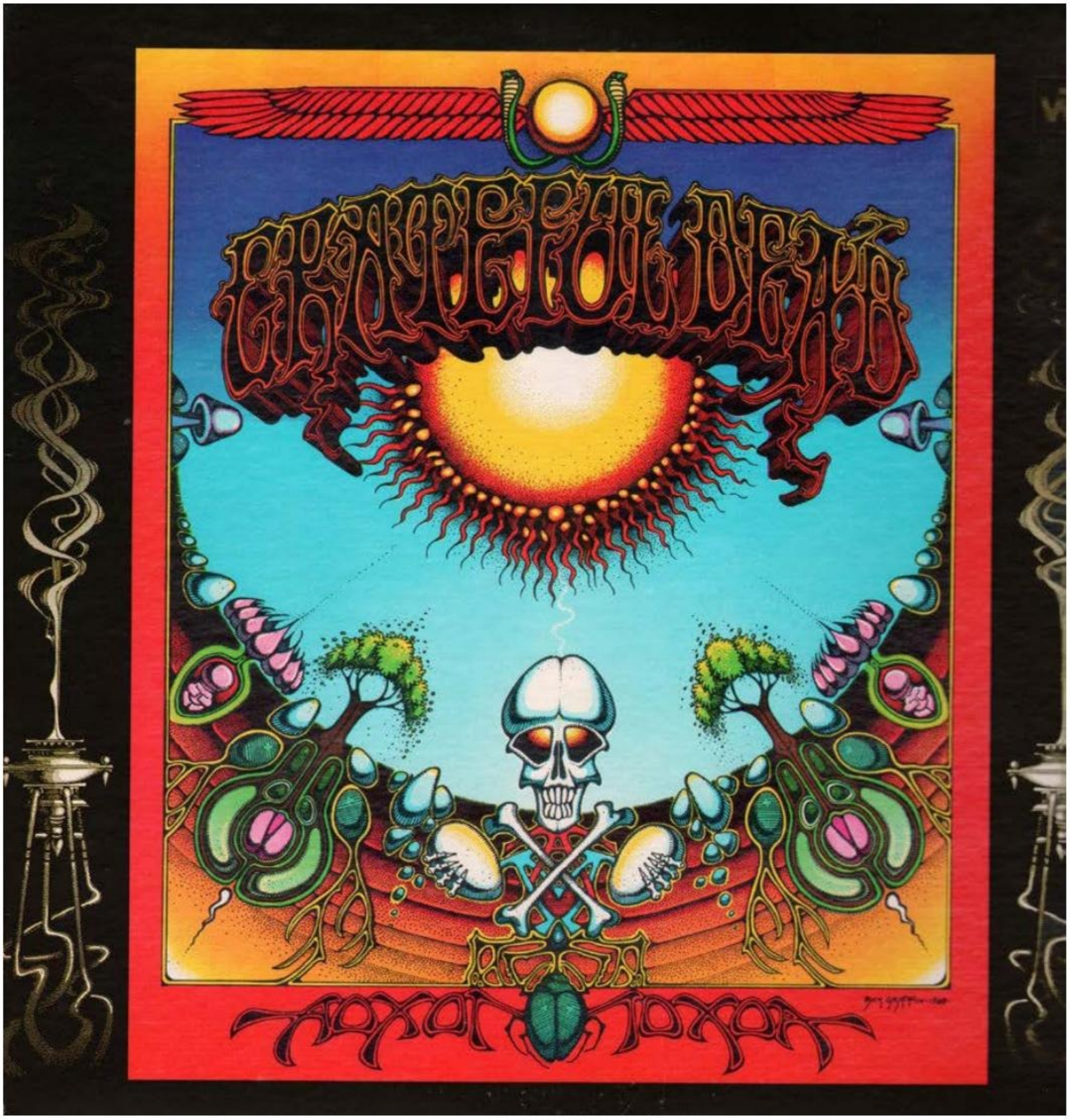
Rick foi ensinado a surfar por Randy Nauert com 14 anos em *Torrance Beach*. A dupla se reuniu em Alexander Flemming Jr. alta, e acabaram por se tornar amigos de longa data. Rick acabou produzindo muito da obra de arte para a futura banda de Randy, os *Challengers*. Seu tempo na instituição *Chouinard Art Institute,* (agora *Cal Arts*), definiu o futuro de sua vida. Não apenas com sua colega artista e futura esposa Ida Pfefferle, mas em 1964 ele se envolveu com o *Jook Savages* um grupo de artistas-músicos. Depois de tirar um tempo para uma viagem de surf mexicana, Rick e Ida reuniu-se com o grupo em *San Francisco* no final de 1966, os dois vivos, inicialmente, em sua van.

Seu primeiro cartaz de rock de *San Francisco* do Rick foi para o *Jook Savages Art Show*. Em seguida, ele produziu o cartaz para o *Human Be-In* em 1967 no *Golden Gate Park,* anunciado como o "Encontro de tribos", mostrando uma guitarra em punho indiano a cavalo. Baseando-se em influências tão diversas como a cultura nativa americana, a cena californiana de surf e, claro, o movimento *hippie* florescente, ele incorporou besouros, crânios, globos oculares surf, cores vivas e lettering selvagem em seu art.

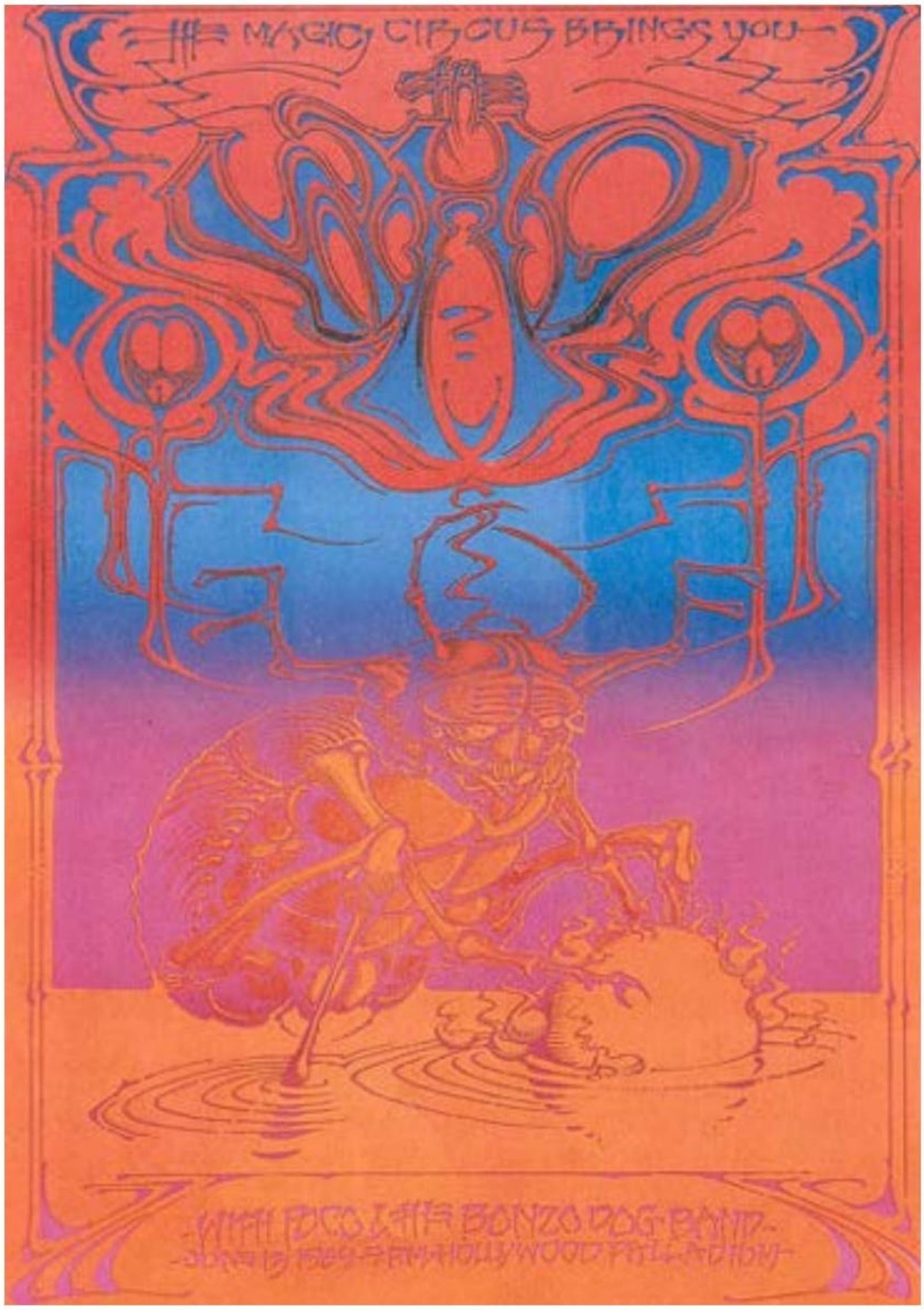
Rick desenhou pôsters para as bandas *Grateful Dead, Quicksilver, Jimi Hendrix* e (entre muitos outros) que tornaram-se ícones da era psicodélica.



Rick Griffin - "flying eyeball"



Capa por Rick Griffin para o Grateful Dead's 1969 do album "Aoxomoxoa".



Pôster para a banda The Who, 1969

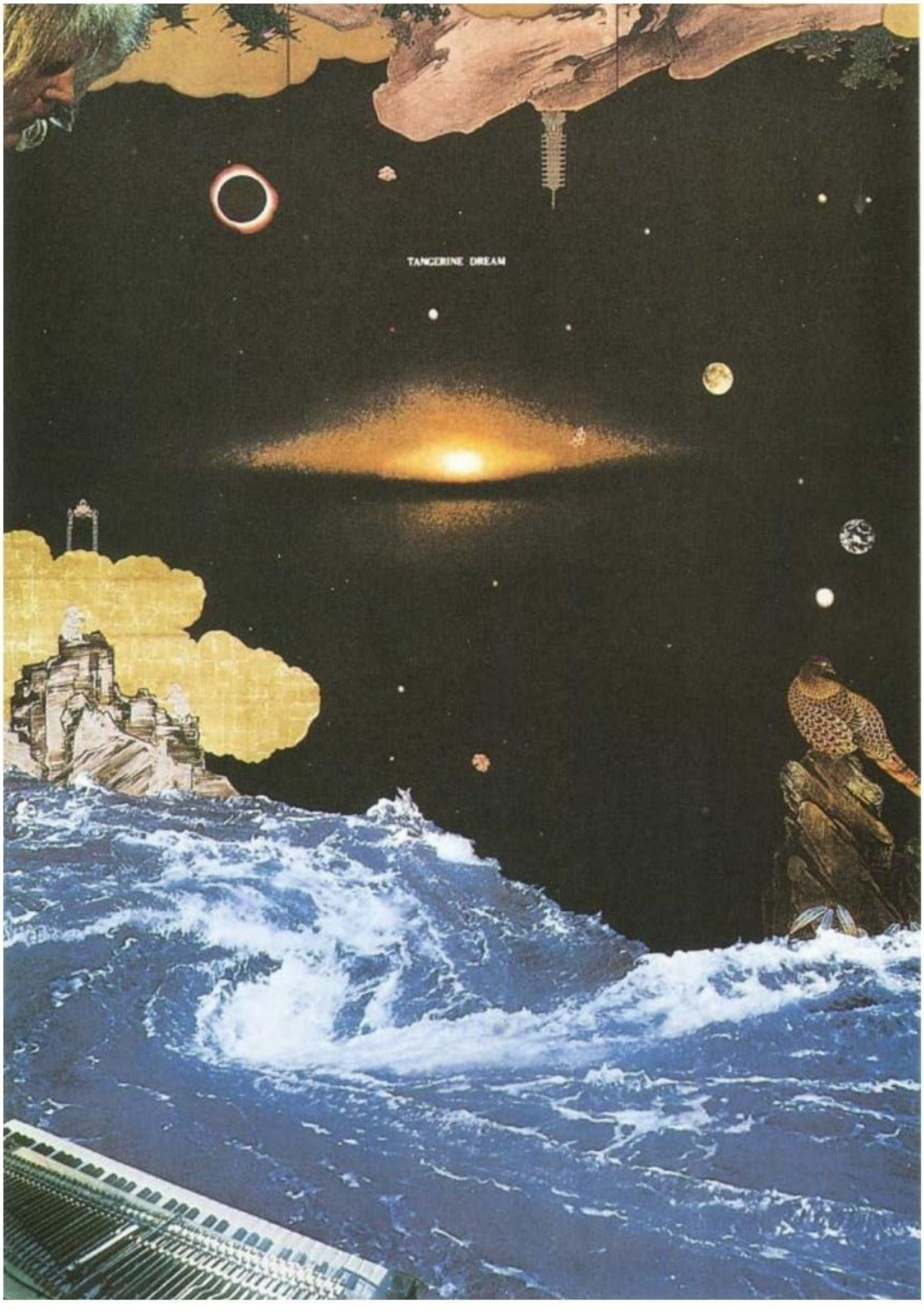
Tadanori Yokoo

Pôster de álbum para a banda
Cat Stevens, 1971

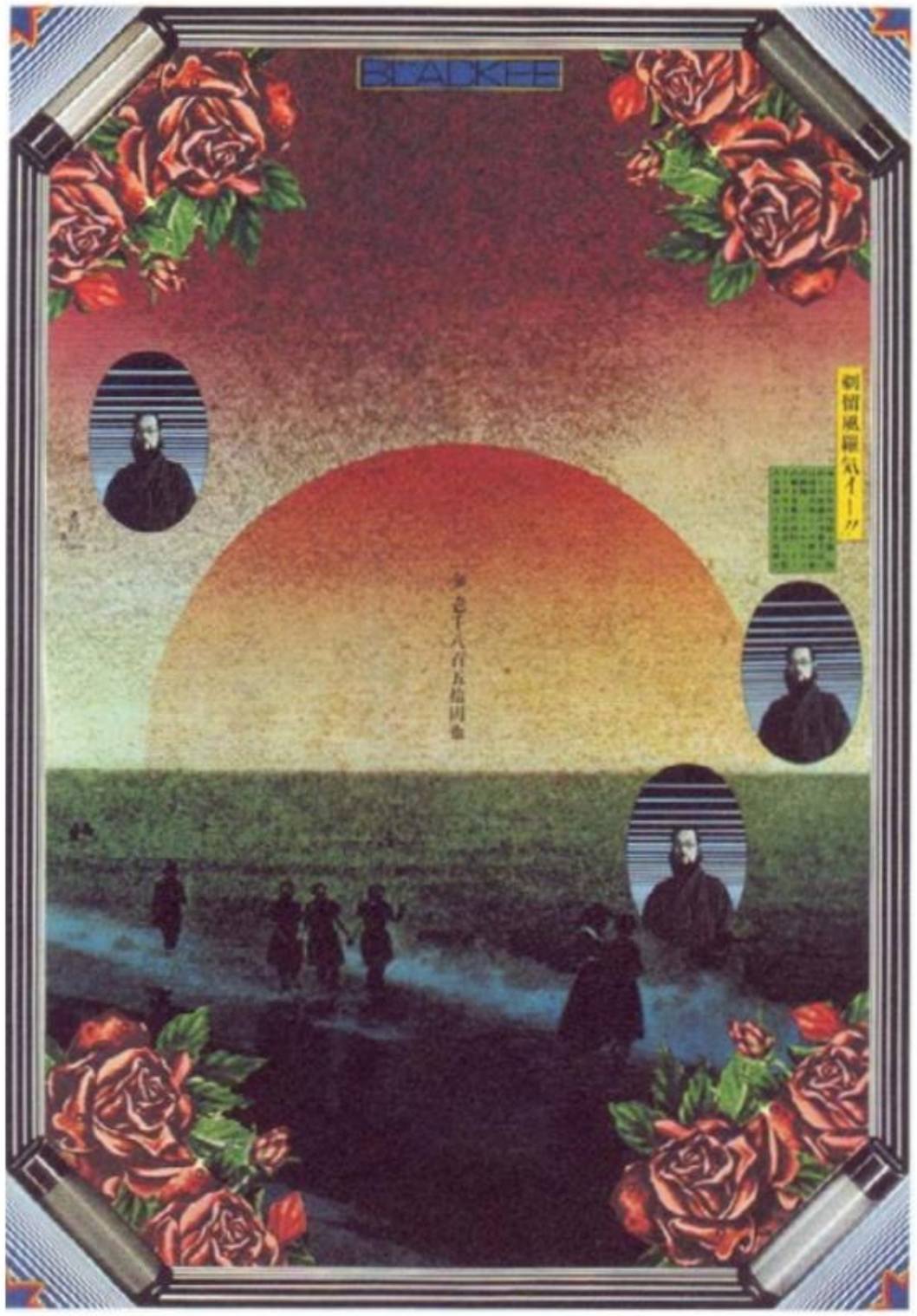
Tadanori Yokoo é possivelmente a maior influência do pôster design contemporâneo e provavelmente do design gráfico japonês. Na década de 60 suas obras ganharam maior destaque e sem dúvida influenciaram o estilo psicodélico nos EUA. Talvez, no ocidente seja mais conhecido pelas capas de discos que fez nos anos 70 para *Miles Davis*, *Santana* e *Beatles*. No seu país seus cartazes são ainda mais importantes, porque ao invés de seguir estilos estrangeiros, eles definiram a estética do design gráfico japonês moderno.

Yokoo explorou várias areas criativas e também é um artista plástico e fotógrafo renomado em seu país. Porém, o design gráfico sempre foi o foco de suas criações. No Japão ele tem um status digno de um *rock star*. É considerado uma das grandes figuras da cultura nacional do pós-guerra ao lado de Akira Kurosawa e Yayoi Kusama. Seu trabalho tem um nível de experimentação e expressão pessoal quase impossível no entendimento do que pode ser o design para a maioria dos ocidentais. Nascido em 1936, foi o responsável por mesclar o estilo ocidental da *pop-art*, propagandas de Coca Cola e pôsteres de shows a uma linguagem visual mais oriental, com cores vibrantes, colagens e tipografia.

Pôster da banda Emerson, Lake & Palmer, 1973.



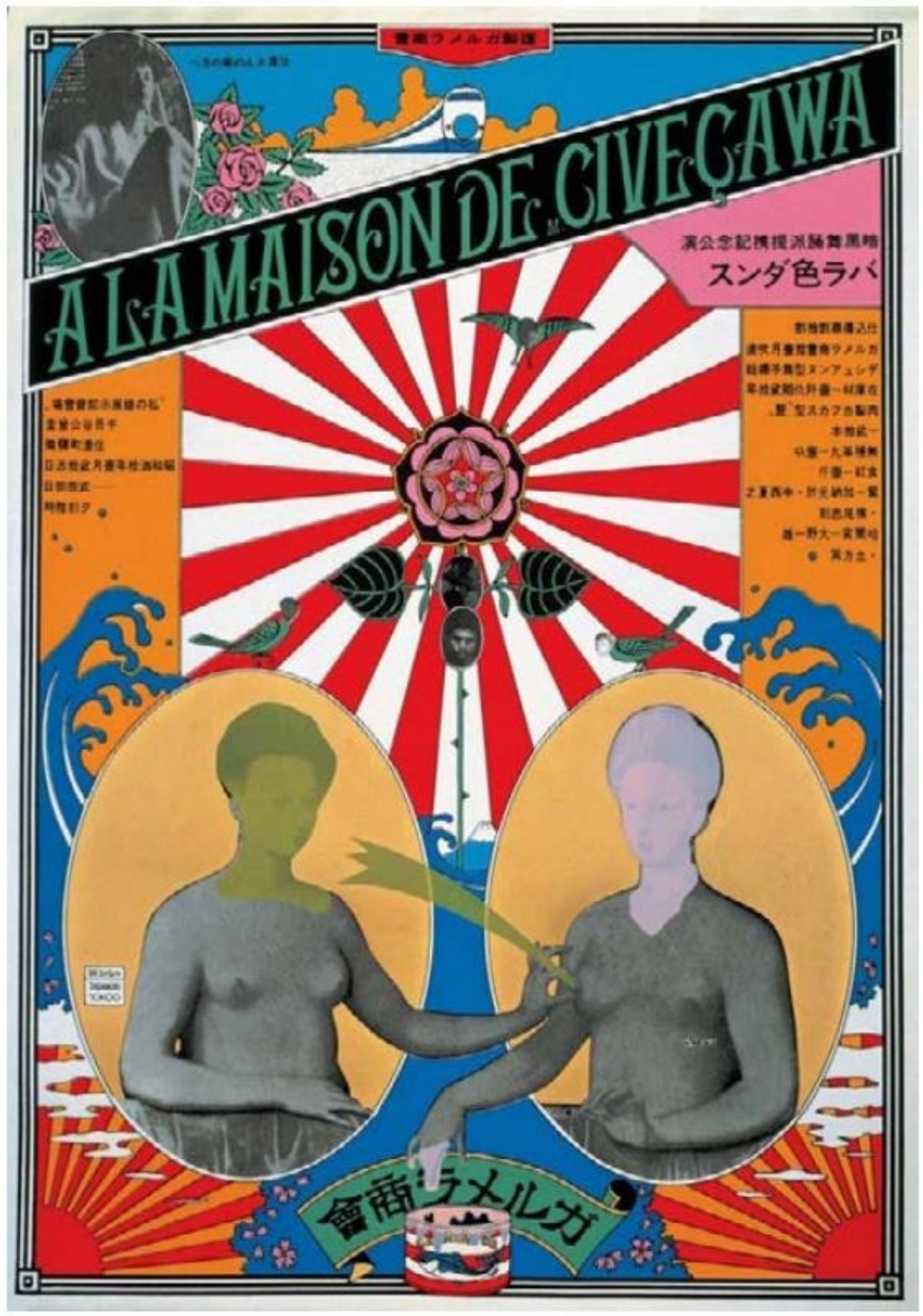
Pôster para o grupo alemão de música eletrônica Tangerine Dream, 1976



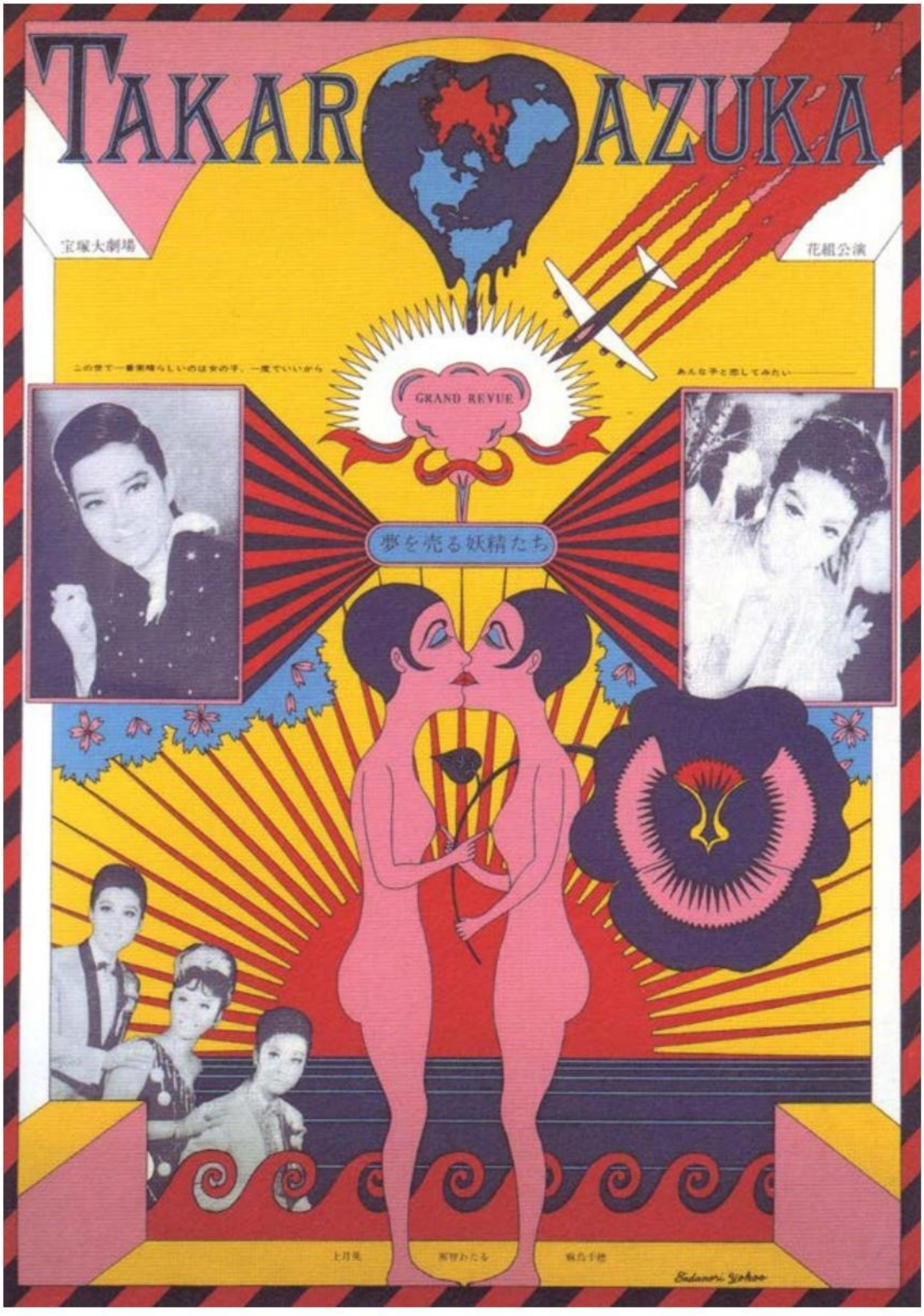
Acima: Pôster Sol Blackee (1969).
À direita: Pôster de Nova Iorque (1968).

PÔSTERES DE SHOWS A UMA LINGUAGEM VISUAL MAIS ORIENTAL, COM CORES VIBRANTES, COLAGENS E TIPOGRAFIA.

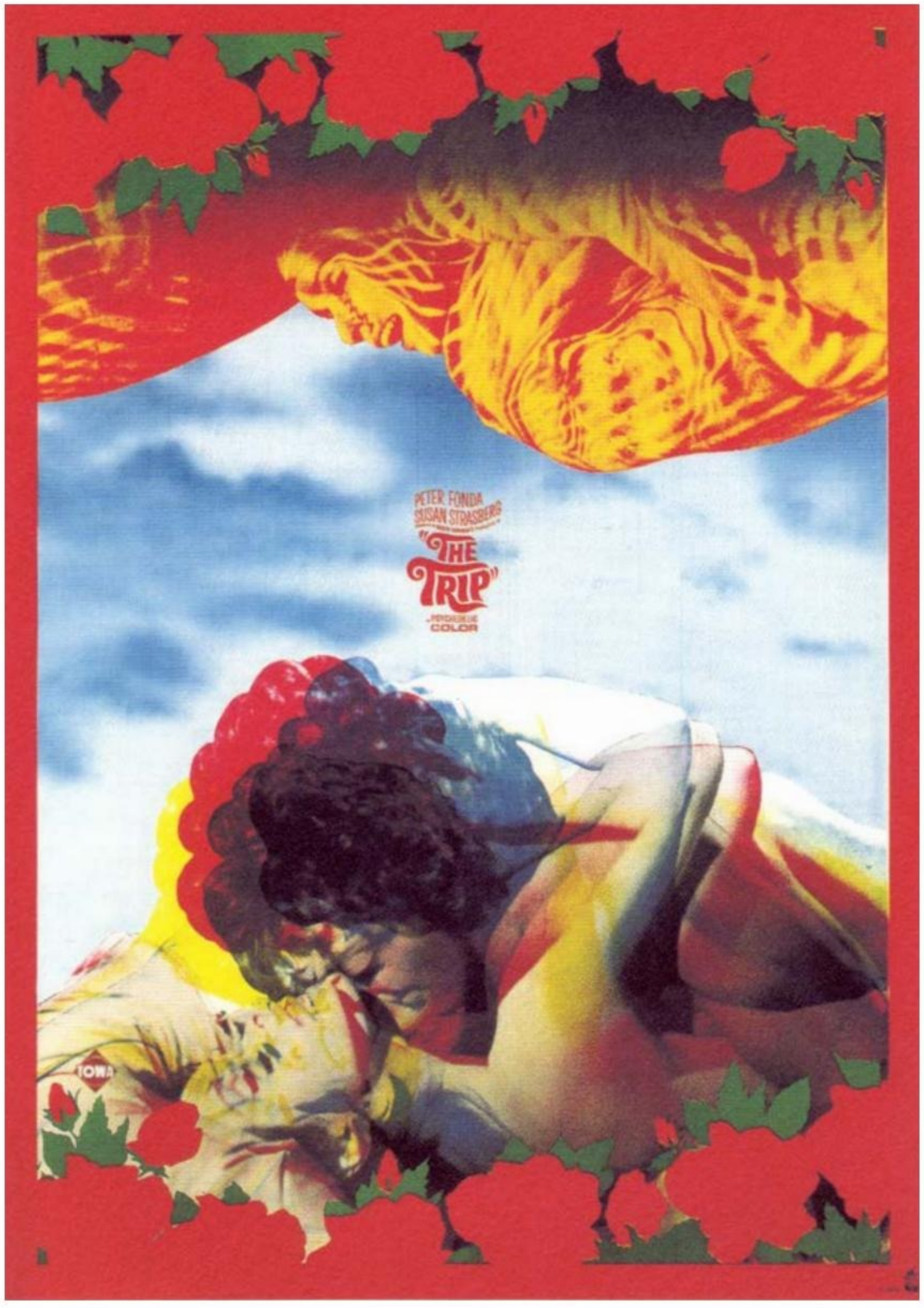
Pôster para divulgação
da animação "Kachi Kachi
Yama" (1965)



Acima: Pôster da Arte da capa de álbum Spirt da banda Earth, Wind & Fire, 1974.
À direita: Pôster A La maison de m.civecawa (1965).



Pôster The dream merchant fairies, 1965.



Pôster The Trip (1968)

PUSH PIN: DESIGN DE VANGUARDA E CONTESTADOR

ARTIGO PUBLICADO NA ABCDESIGN #12

O design gráfico do famoso estúdio Push Pin foi símbolo de uma época. Ao unir conceitos europeus e norte-americanos, gerou peças inovadoras e contestadoras.

A grande depressão mundial nos anos de 1930, após a quebra da Bolsa de Nova York ocorrida em 1929, deixou inúmeras lembranças desastrosas para a economia dos Estados Unidos. Por outro lado, passadas duas décadas, os norte-americanos souberam aproveitar e potencializar as experiências vividas nesse período de dificuldades. Depois da vitória norte-americana na Segunda Guerra Mundial, a hegemonia econômica, militar e também cultural foi transferida da Europa para os Estados Unidos.

Nos anos de 1950, a economia norte-americana alcançava uma crescente prosperidade. Essa expansão econômica resultou no nascimento de grandes agências de publicidade. Junto com elas surgiram também os primeiros estúdios de design gráfico, ajudados pelos diversos profissionais de design que tinham fugido da Europa antes do início da guerra. Entre eles estavam Herbert Bayer e Lázló Moholy Nagy (1895-1946), ambos ex-professores da Bauhaus (1919-1933), a revolucionária escola interdisciplinar alemã de artesanato e design.

Esses pioneiros estúdios de design inicialmente tinham uma característica de trabalho independente; mas com o passar do tempo se transformaram em negócios muito produtivos. Na verdade, eles eram uma alternativa à estética proposta pelo mercado publicitário norte-americano, centrado na utilização abusiva da fotografia. Naquela época, a introdução de especialidades diversas no meio publicitário – como a psicologia, a sociologia, a pesquisa e as análises de mercado – fizeram com que cada vez mais se buscasse uma linguagem eficaz e convincente para o consumidor que, afinal, era o objetivo final da mensagem.

Toda essa especialização, de certa forma, facilitou a formação de redatores, diretores de arte e, principalmente, de fotógrafos. Estes últimos, por sinal, fizeram dos Estados Unidos o berço da fotografia publicitária de alta categoria. Por outro lado, o campo criativo nas agências foi reduzido, abrindo espaço mais uma vez para os estúdios de design que, apesar da influência dos profissionais oriundos da Europa no período anterior à guerra, não tinham uma visão extremamente racionalista da atividade.

Naquele período, a maior parte dos estúdios de design passava a imagem de um grupo de desenhistas artesanais, lembrando os antigos estúdios de gravação renascentistas. Esses designers traziam como diferencial as características de terem um gosto profundo pelo desenho manual, a tipografia e a caligrafia. Cada trabalho realizado buscava, acima de tudo, a originalidade.

Os europeus contribuíram com a estética e a forma de ver o design não apenas com o foco voltado para a venda, como os norte-americanos estavam acostumados. Já os norte-americanos, por sua vez, potencializaram as qualidades estéticas e criaram a figura do gestor, ou representante de designers. Este papel de gestor havia sido ignorado na Europa não apenas por causa do período entre as duas grandes guerras – que era totalmente desfavorável -, mas também em função das próprias características filosóficas do design europeu.

À esquerda: cartaz de Seymour Chwast, do protesto contra o bombardeio de Hanói, 1968. Um slogan publicitário comum ganha vida nova quando combinado com uma xilogravura azul e impressão offset de áreas verdes e vermelhas.
À direita: tipografias desenhadas pelo Estúdio.

Pôster para Bob Dylan's Greatest Hits (1967), Milton Glaser

PUSH PIN

O *Push Pin Studio* foi, sem dúvida, uma das composições mais espetaculares que o design norte-americano pôde produzir. Tamanha importância se deve tanto pela qualidade quanto pela quantidade de trabalhos produzidos. Fundado em 1954 por Milton Glaser, Seymour Schwast, Edward Sorel e Raymond Ruffins, o *Push Pin Studio* é considerado uma marca no design mundial, pois se estabeleceu não apenas como vanguarda, mas, principalmente, pelo padrão contestador à estética estabelecida pela publicidade norte-americana.

A efervescência dos movimentos sociais e da juventude contestadora começava a se revelar nos Estados Unidos, a partir dos anos de 1950. A moda e as gravadoras começavam a migrar seus interesses para a rua e para as grandes manifestações musicais como o *Rock'n Roll*, o novíssimo estilo musical que incendiava multidões de jovens e se espalhavam por todo o país. Essa revolução de conceitos abriu espaço para o estilo contestador que começava a surgir no trabalho dos profissionais que atuavam no Push Pin, assim como nas criações de vários outros designers, que se aventuravam a desenvolver desde capas de discos até cartazes para as gravadoras.

O estilo manual dos trabalhos, que incluía até técnicas de gravação, evidenciava o caráter quase que renascentista do estúdio onde eram realizadas as ilustrações e os demais trabalhos. Há quem diga que esse "caráter renascentista" se deva à influência de Milton Glaser que, após ter se formado na *Cooper Union* em Nova Iorque, passou um período em Bolonha, na Itália, onde aprendeu as técnicas de gravação com Giorgio Morandi.

Tanto Milton Glaser como Seymour Schwast – cada um com seu estilo peculiar – incutiram um novo vigor ao design da época. Milton Glaser possuía um desenho com níveis de detalhamento mais elaborados. Seymour Schwast, por sua vez, traçava linhas mais simples e menos detalhadas, mas ricas em cores. A obstinação pela ilustração era compartilhada pelos

O PRÓPRIO PUSH PIN QUE DEU UM NOVO STATUS AO CARTAZ, TRANSFORMANDO ESTA PEÇA NUMA ESPÉCIE DE OBRA DE ARTE PRODUZIDA EM LARGA ESCALA.

dois ex-colegas da *Cooper Union*. Satué (2001) afirma que o Push Pin devolveu ao mercado o grande patrimônio artístico que havia sido produzido desde o renascimento até o surrealismo, naturalmente traduzido em uma nova e popular linguagem. Isso foi feito por meio de um design gráfico renovador, aplicado às produções comerciais, editoriais e publicitárias.

Os designers gráficos também forneceram subsídios e inspiração para a "apropriação" do patrimônio visual criado por eles pela Pop Art. Tratava-se de um movimento artístico que começou nos anos de 1950, no qual peças como embalagens, etiquetas, marcas, símbolos, objetos de consumo, ilustrações e histórias em quadrinhos formavam o repertório gráfico das obras de arte. Aliás, foi o próprio *Push Pin* que deu um novo status ao cartaz, transformando esta peça numa espécie de obra de arte produzida em larga escala.

Antes da década de 1950, o cartaz era uma peça pouco explorada nos Estados Unidos e esteve esquecido entre os mais eficazes métodos de comunicação de massa difundidos pelas agências de publicidade. Sem pensar nas posições e procedimentos puramente publicitários, o *Push Pin* deu um novo caráter ao cartaz em tamanho 70 x 100 cm, que começou a ser utilizado na promoção de filmes e de gravadoras de discos.

O cartaz feito por Milton Glaser para o cantor Bob Dylan foi um verdadeiro marco. O material gráfico foi encartado aos seis milhões de exemplares de um dos álbuns do excêntrico Dylan. Com isso, quebrou-se o estigma de que o cartaz era uma peça exclusiva para baixas quantidades e baixos orçamentos. Mais do que isso, o cartaz tornou-se, então, um objeto de desejo como uma obra de arte. Na verdade, o cartaz sempre fora uma das grandes paixões de Milton Glaser que, ainda no *Push Pin*, realizou a antológica peça para a Olivetti, em 1972. Posteriormente, ele também criou uma série de peças para a *School of Visual Arts*, na qual foi professor, de 1961 até 1977.

Os membros do *Push Pin* editaram o catálogo *Push Pin Graphics*, uma obra de autopromoção que provocou o encantamento de designers, publicitários, artistas e estudantes do mundo todo, fazendo com que o trabalho ganhasse reconhecimento internacional. E foi em função deste catálogo que, em 1970, o estúdio foi convidado a expor seus trabalhos no Museu de Artes Decorativas de Paris, no Louvre. Apesar do enorme sucesso que o *Push Pin* havia conquistado, em 1974, o seu presidente e sócio fundador, Milton Glaser, resolveu abandonar a sociedade para criar seu próprio estúdio, encerrando uma etapa fundamental da história do design.

Capa de disco para THE SOUND OF HARLEM (O Som do Harlem), 1964. Neste exemplo do uso inicial feito por Glaser da linha de contorno e da cor chapada, as figuras são formas sem peso que fluem em ritmo musical.

E O BRASIL TAMBÉM SACUDIU

"VIVA A BOSSA, SA, SA, VIVA A PALHOÇA, ÇA, ÇA, ÇA, ÇA..."

No Brasil, ocorreu uma mistura de tudo, dos sons populares, como a música pop e o rock n`roll e no design gráfico, a apropriação foi um dos recursos bem explorados, os artistas foram influenciados por diversos estilos como a pop art, a psicodelia e o movimento hippie. Veja como foi a transição do movimento da Bossa Nova ao Tropicalismo.

Por J. ALBUQUERQUE

AS CAPAS DE DISCOS, DA BOSSA NOVA AO TROPICALISMO

CHICO HOMEM DE MELO

Se considerarmos a música como sendo a mais forte expressão da cultura brasileira, e sendo o disco um produto consumido pelos mais diversos segmentos da população, o exame de suas capas cumpre papel privilegiado como fonte de reflexão sobre a produção e o consumo da linguagem visual. Ao longo dos anos 60, a indústria fonográfica de maior interesse para o design concentrou-se em três grandes eixos: a Bossa Nova – e, por extensão, a MPB -, o Tropicalismo e a Jovem Guarda.

A Bossa Nova foi abordada no livro O design brasileiro antes do design, (Cardoso, 2005) no ensaio de Egeu Laus intitulado "Capas de discos: os primeiros anos". Foi publicado também o livro Bossa Nova e outras bossas – A arte e o design das capas dos LPS (Rodrigues e Gavin, 2005), uma extensa coletânea que reproduz mais de seiscentas capas de LPS. Em ambos os volumes, Cesar Villela é citado como o grande capista da Bossa Nova. Sua atuação está intimamente ligada à Elenco, uma gravadora que lançou discos de todos os principais nomes do movimento. Sem contar com educação formal na área do design, Cesar pode ser considerado um modernista livre das normas do modernismo. As capas que o tornaram célebre seguem sempre um mesmo esquema compositivo: fundo branco, foto do artista em alto contrates

Na página anterior: colagem com fotografias, da esquerda para direita, Jorge Ben Jor, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Rita Lee e Gal Costa, abaixados Arnaldo Baptista e Sergio Dias.
Da esquerda para direita: discos da gravadora Elenco, Antonio Carlos Jobim e Nara Leão, 1963.

Ultra STEREOPHONIC

Arrastão
Balanço zona sul
Zomba
Insolação
Zimba
Reza

RGE ALTA FIDELIDADE

USLP-5.277

Samba 40 gráus
Garôta de charme
Vai de vez
Balada de um sonho meu
O rei triste
Aleluia

Lay-out da capa e contra capa: Tide Hellmeister

Disco Zimbo Trio Vol. II, 1966.

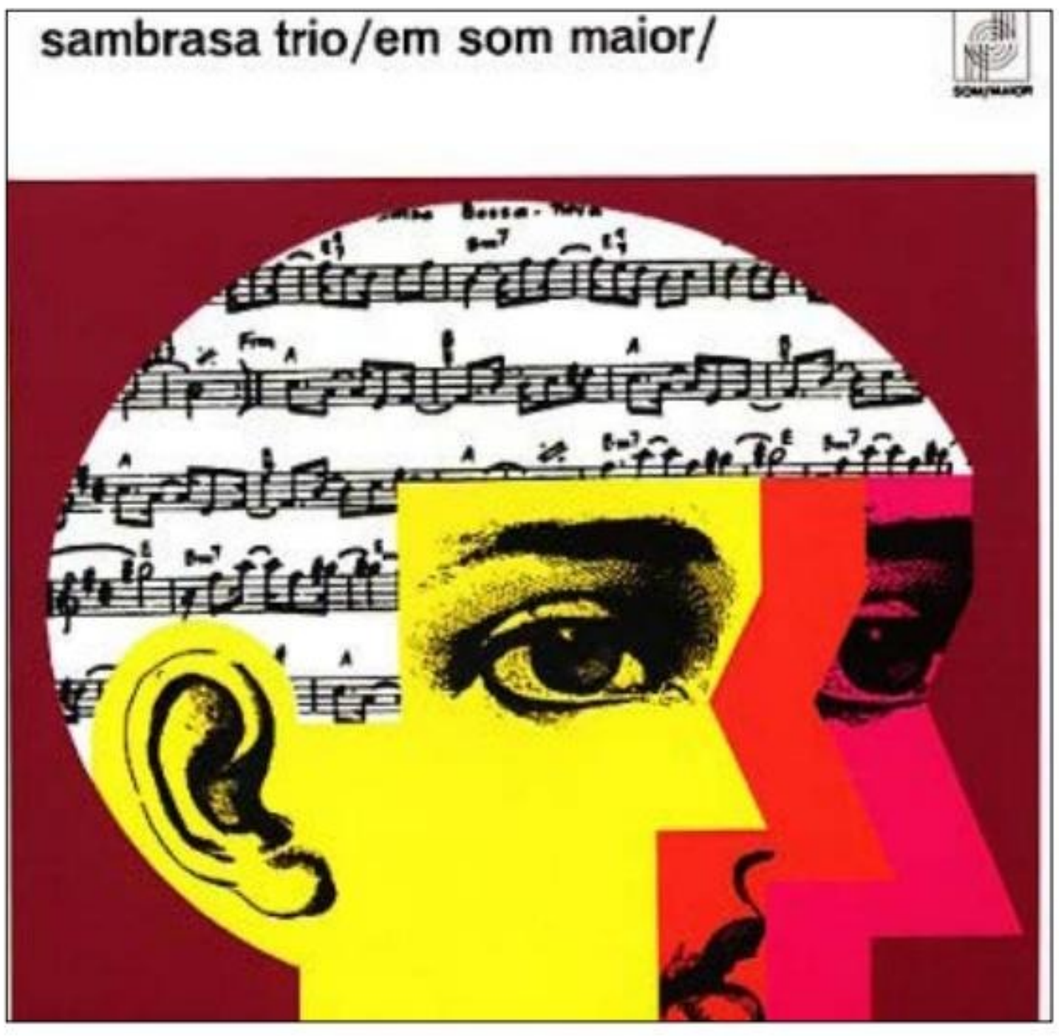
preto, três bolinhas vermelhas e uma invenção gráfica, ou no título, ou em algum traço particular acrescentado a esse reduzido rol de elementos. No caso do disco Antonio Carlos Jobim, o acréscimo consiste em uma pequena colagem de partituras no canto inferior direito da capa; no caso de Nara, o impacto vem da maneira particular de grafar o nome da cantora.

Dentre as seiscentas capas reproduzidas no livro Bossa Nova e outras bossas inclui-se uma produção pouco conhecida e de alta qualidade, como a dos designers Paulo Breves, Joselito e Tide Hellmeister. Na capa do disco Zimbo Trio Volume 2, podemos ver Tide começando a fazer as colagens que se tornariam a marca registrada de sua obra gráfica nas décadas seguintes. A gravadora Som Maior, por sua vez, lançou uma dezena de discos com capas assinadas por Gegraf (uma gráfica paulistana) que, por seu ineditismo, mereceriam um estudo à parte.

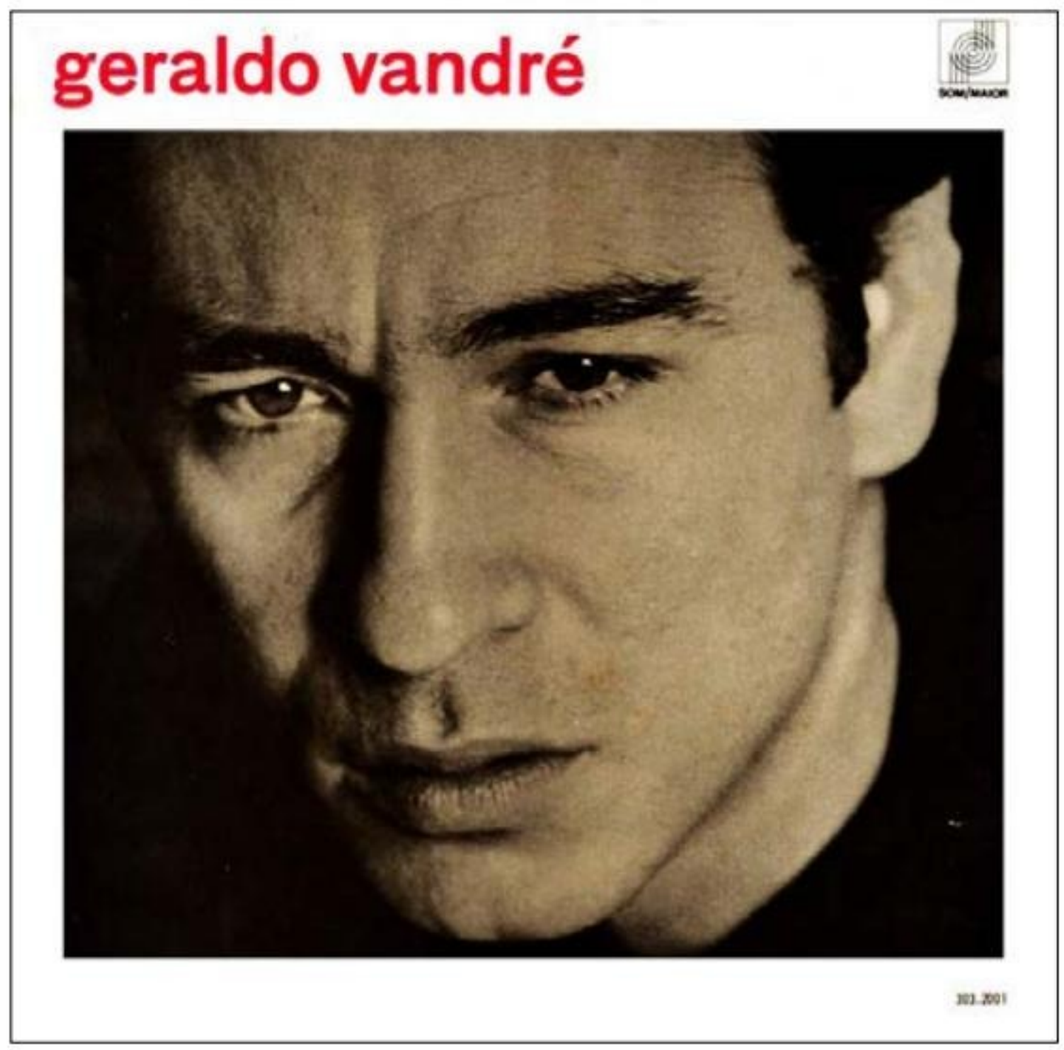
No território da MPB, no qual despontaram na época nomes como Chico Buarque, Geraldo Vandré, Edu Lobo, Elis Regina e Milton Nascimento, não se percebe uma preocupação especial com a renovação da linguagem gráfica das capas dos discos. No entanto, em alguns títulos, é curioso notar uma aproximação com a matriz modernista. Na concisão da capa de Jânio de Freitas para a Opinião de Nara é nítida a influência das capas de Cesar Villela. Já em Geraldo Vandré, de 1966, a sobriedade modernista está presente em tudo: no diagrama, na tipologia sem serifa, nas letras minúsculas, na foto em preto-e-branco.

Por fim, na antológica capa de Carlos Prósperi para O FINO DO FINO, a surpresa é ainda maior: uma radical composição bauhausiana embala um produto cujo teor passa pela defesa incondicional das raízes musicais brasileiras. Pode-se dizer, por esses exemplos, que a MPB fez uma opção pela linguagem modernista; já o Tropicalismo apostaria na vertente oposta, abraçando a vanguarda internacional e incorporando o psicodelismo e a arte pop.

As relações do Tropicalismo com as vanguardas internacionais são analisadas no ensaio "O design tropicalista de Rogério Duarte", apresentando neste volume. Ainda que Rogério seja o designer oficial do movimento, algumas capas emblemáticas não são de sua autoria. Uma vez que o ideário tropicalista pregava uma atenção especial à cena internacional, não é por acaso que a capa do disco-manifesto Tropicália, de Rubens Gerchman, estabeleça laços estreitos com a capa de Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band, dos Beatles. Esta, por sua vez, pelo filtro da arte pop, ecoa as colagens dadaístas. Já o álbum Caetano Veloso (projeto de Lincoln) faz referência à capa do conhecido Álbum branco dos Beatles, na qual o diálogo passa a ser com a emergente arte conceitual. O terceiro eixo é a Jovem Guarda.



Discos da gravadora Som Maior, Octeto de César Camargo Mariano, Sambalanço Trio e Sambasa Trio



Acima, da esquerda para a direita: discos A Opinião de Nara (1964), e Geraldo Vandré (1966). À direita: disco O fino do fino de Elis Regina (1965).

Acima: Capa do disco-manifesto Tropicália, de Rubens Gerchman, que trouxe fortes referências ao disco Sgt. À esquerda: Pepper's Lonely Hearts Club Band, dos Beatles. Esta, por sua vez, pelo filtro da arte pop, ecoa as colagens dadaístas.

SUPERBACANA

O primeiro disco solo de Caetano Veloso – Caetano Veloso – é um dos vértices que, junto com o de Gil – Gilberto Gil – e o disco-manifesto – Tropicália ou Panis et Circensis, forma a tríade musical nuclear que detona a Tropicália em 1968. Oswaldianos, antropofágicos, desmistificadores – parodiando Augusto de Campos – os discos materializam as imagens tropicalistas em suas capas, que passam a ser a continuação dos conceitos estéticos do movimento.

No disco solo de Veloso, a postura antropográfica se manifesta na ilustração que ocupa quase todo o espaço da capa. Rogério Duarte, autor da capa e parceiro em uma das canções do disco ("Anunciação"), conta que se apropriou de uma ilustração anônima composta por uma moça seminua com longos cabelos segurando um dragão, e, entre eles, um ovo, além de uma serpente, folhagens e bananas. Sobre o ovo, Duarte estampou uma foto de Caetano. Ele diz: "Dei uma feição arte pop, uma espécie de *ready-made*. Eliminei o meio-tom, usei cores mais fortes, pus linhas". (Duarte, apud Borges, 2000). Reproduzindo a estética das ilustrações das histórias em quadrinhos, o designer enfatizou os contornos das figuras, fazendo com que elas se destacassem do fundo. As retículas superampliadas são aplicadas em alguns pontos de sombra, como na serpente e nas bananas, contrastando com a luz no cabelo e no corpo da moça. Os quadrinhos constituíram uma importante referência à arte pop que, segundo Favaretto, foi em grande parte responsável pela vitalidade do Tropicalismo, distinguindo-se da idealização estetizante que predominava na música brasileira. As imagens da arte pop se deixaram contaminar pelo cotidiano: trouxeram para o campo da arte elementos da cultura de massa, da sociedade do consumo, colocando em questão as transformações culturais de seu tempo.

Verso do disco Caetano Veloso, 1967.

Disco de Caetano Veloso,
Caetano Veloso, 1967.

Cartaz para o Cinema Novo, DEUS E O DIABO NA TERRA DO SOL (1964), de Glauber Rocha

A ilustração domina a capa. O nome do cantor tangencia a borda superior, ocupando toda a largura da capa. A tipografia do nome é desenhada à mão, conforme o estilo psicodélico, muito em moda na época:

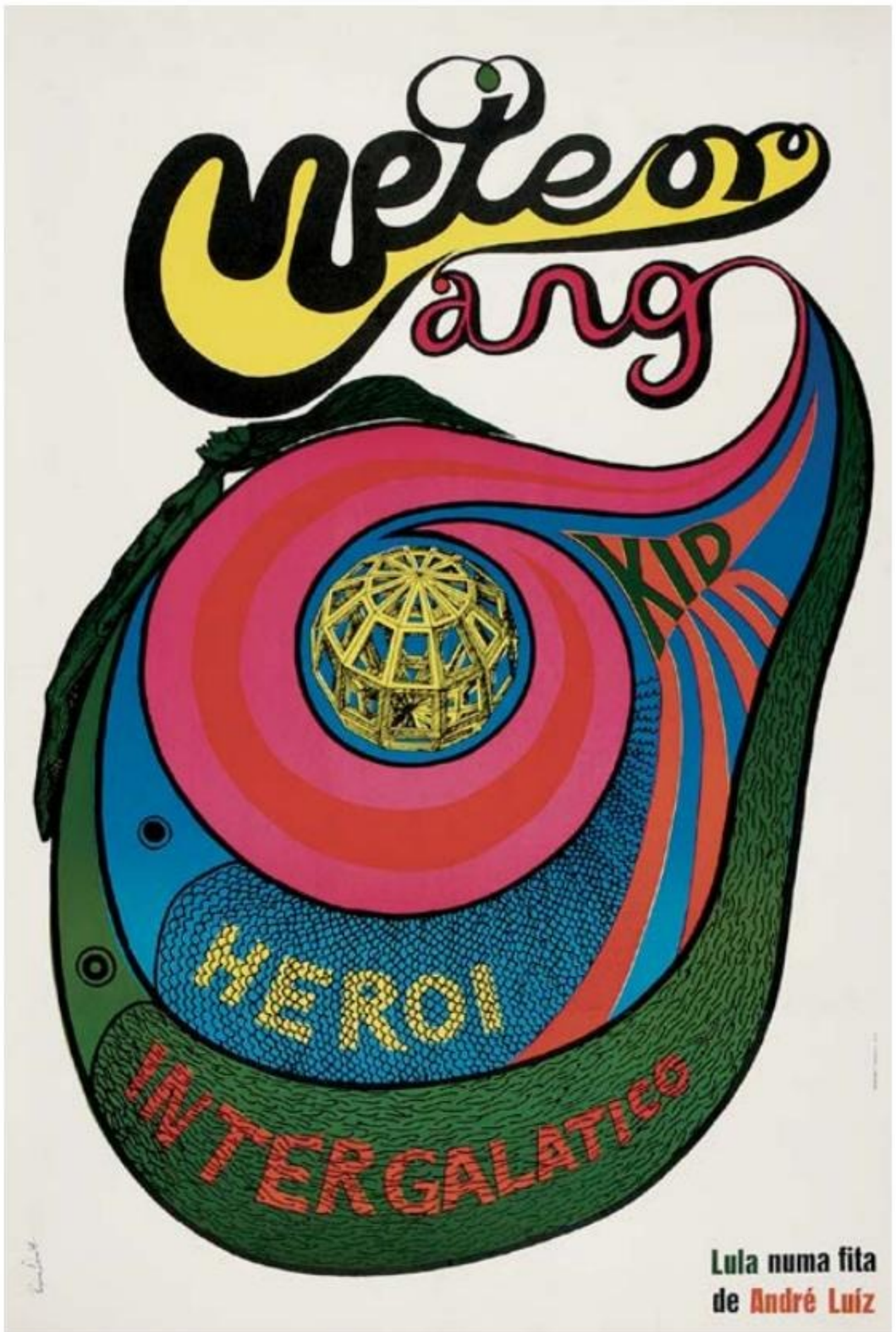
> *Eram desenhos que ocupavam a folha inteira do papel, ricos em linhas ou padrões ornamentais. A tipografia é compacta, talhada em formas abstratas, onduladas, esticadas ou entortadas; ou podendo ser finamente executadas e elegantemente adornadas. (Medeiros, in Owns, 1999: 29)*

Essa nova estética psicodélica – apropriada por Rogério aqui e no cartaz de Meteorango Kid, do mesmo ano – seria uma das manifestações do pós-moderno. A desconstrução da imagem é evidenciada pela representação do onírico, potencializado pelo uso das drogas:

> *as drogas eram legais na Califórnia até 1966, e sua influência na percepção, imitada nos concertos através das luzes estroboscópicas, era simulada no trabalho gráfico por meio de uma deslumbrante repetição de contrastes cromáticos. (Hollis, 2000: 196)*

No design de Rogério Duarte, o princípio é tirar partido do choque entre linguagens e, para isso, apropriar-se de tudo: das imagens vernaculares a elementos da dita "alta cultura", da arte pop a vinhetas de um romantismo nostálgico. De acordo com Santuza Cambraia Naves (1988: s.p.), "no plano estético, o novo tom se pauta basicamente pelo ecletismo, de maneira inversa aos padrões lineares e funcionais da modalidade".

NÃO HAVERÁ NADA NOS INDICANDO O RUMO A SEGUIR. VAMOS SEGUIR SÓ A BÚSSOLA DO NOSSO CORAÇÃO.



Cartaz para o Cinema Novo,
O Herói Intergalático (1969), de
André Luiz Oliveira

As capas são uma salada de referências, assim como é a Tropicália. O mundo pop, desenvolvido, psicodélico, atômico, eletrônico era triturado e lançado sobre o país tropical, subdesenvolvido, marginal. A esta multiplicidade, Ismail Xavier (1993: 21) chama de "jogo de contaminações". E tudo isso pode ser visto no design da Tropicália, que rompia com a previsibilidade, abrindo um novo espaço de possibilidades da contemporaneidade.

Rogério Duarte apropria-se do vernacular, funde com a arte pop e joga por cima o psicodélico, criando um pastiche visual. Como sabemos, o pastiche é a apropriação de algo sem que se faça referência ao seu contexto original, ao contrário da paródia/ironia, que chama a atenção para esse contexto.

Como nos diz Bakhtin, a produção de ideias, do pensamento, dos textos, tem sempre um caráter coletivo, social. É com as palavras e com as ideias do outro que o nosso próprio pensamento é tecido. O conhecimento é construído na interlocução, no diálogo, o qual evolui por meio do confronto, da contrariedade. Na Tropicália, passamos a não ter uma hegemonia, da cultura culta. Nem de nenhuma outra: se há hegemonia, é a da diversidade. As culturas populares e eruditas são ingredientes em confronto e diálogo.

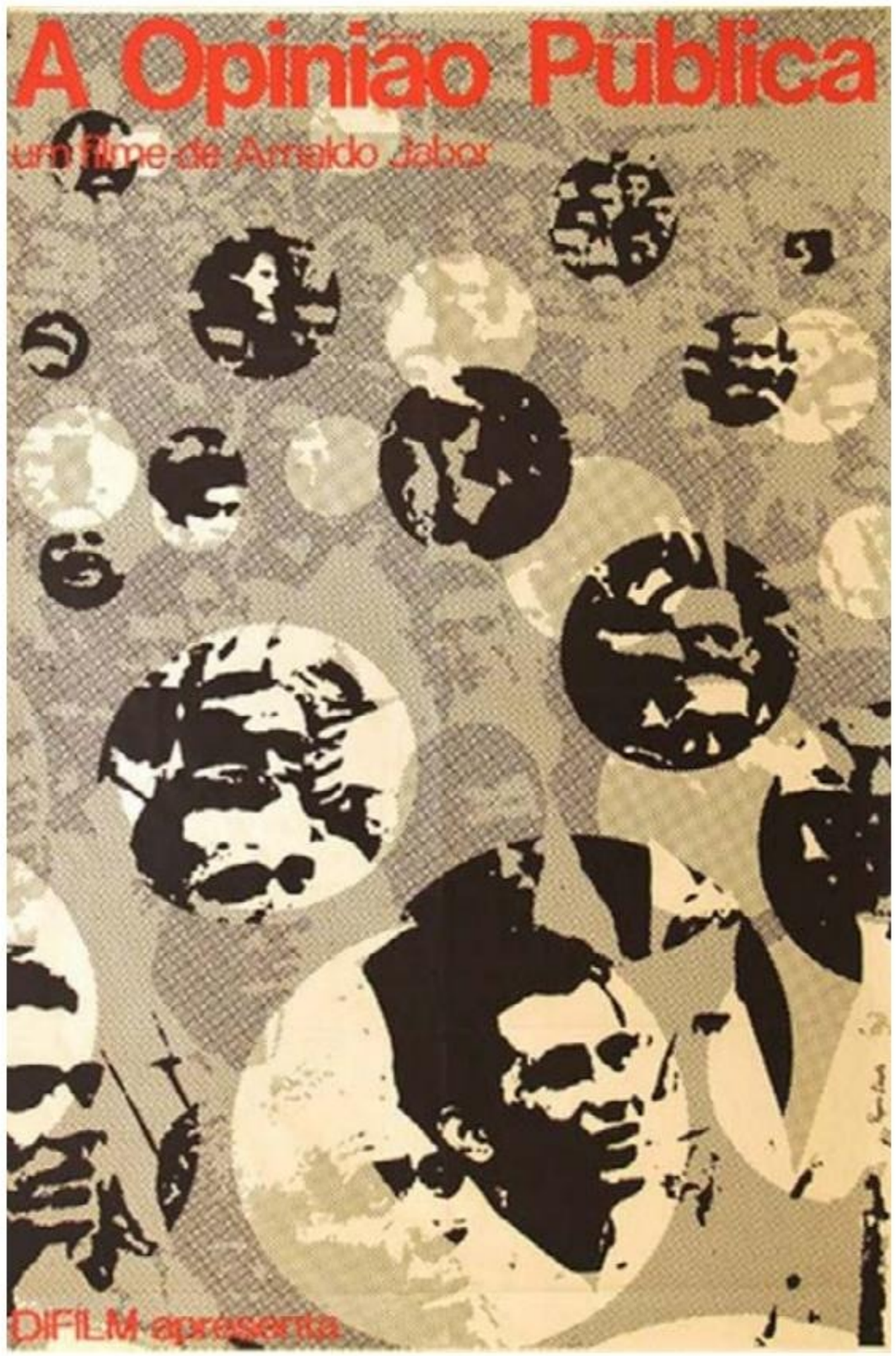
A ilustração de que Duarte se apropriou para a capa de Caetano guarda em si algo de *kitsch*, de um surrealismo barato. O contraste entre o arcaico e o moderno que o Tropicalismo expunha também está presente na capa: a composição é convencional – foto do artista no meio, nome em cima, centralizado – mas, por outro lado, os elementos estético-formais (tipografia, os fundos cromá-

ticos, elementos pictóricos) são fortes, agressivos, exuberantes. A moça pode ser Iracema ou Brigitte Bardot, já que as duas convivem no universo tropicalista. A serpente pode representar o sexo; as bananas, o nosso subdesenvolvimento. Favaretto diz que:

> *como no sonho, as imagens tropicalistas significam algo diferente do que é manifestado. Os fatos culturais, formações históricas e estilos artísticos são metamorfoseados como particularizações de uma totalidade. (Favaretto, 1996: 100)*

No meio disso tudo, o retrato três por quatro do artista, com um olhar incisivo, estabelece um diálogo com o observador. O jogo do claro-escuro da foto torna a face do artista enigmática, enfatiza o aspecto surreal da capa. O verso da capa, em preto-e-branco, repete o nome do cantor no alto do disco e uma moldura com as mesmas características *kitsch* envolve o texto manuscrito, totalmente livre do grid funcionalista. O design desta capa, que só pode ser totalmente apreendido com a audição do disco, nos remete à caracterização da estética tropicalista por Naves (1988: s.p.):

> *a intermediação da passagem de temáticas utópicas para uma poética de agoridade, enfatizando o cotidiano e a subjetividade. Este tipo de estética mais voltada para a incorporação do passado e do presente, rejeitando as formulações utópicas delineadas para o futuro, é, analisada em suas diversas manifestações, como a arte pop, o espírito da contracultura no geral, e o que se convencionou chamar de arte "pós-moderna".*



Cartaz para o Cinema Novo, A Opinião Pública (1967), de Arnaldo Jabor

CORAGEM PARA SUPORTAR

Como disse Rogério Duarte, "não haverá nada nos indicando o rumo a seguir. Vamos seguir só a bússola do nosso coração" (apud Borges, 2000: 19). E assim foi feito.

A capa do segundo disco da tríade, também de 1968, que se chama simplesmente Gilberto Gil, foi projetada por Rogério Duarte em parceria com o artista plástico Antônio Dias e o fotógrafo David Drew Zingg. A solução encontrada era puro deboche – ao estado, à cultura e à nação. Novamente utilizando recursos nitidamente tirados da arte pop, a capa traz a imagem do cantor não em uma, mas replicado em três poses. A parte superior da capa é coberta por faixas verdes e amarelas convergentes; logo abaixo aparecem faixas horizontais e sinuosas, como se fossem contornos de nuvem ou de um cogumelo atômico, em vermelho e branco. No centro da capa, sobre um fundo preto, é colocada a foto maior do artista, vestido com um fardão semelhante ao usado na Academia Brasileira de Letras; à esquerda, uma foto menor em que ele aparece como um militar empunhando sua espada; à sua direita, outra foto representando um piloto, debochado, dirigindo apenas um volante. Estas fotos menores também são emolduradas com faixas verdes e amarelas, que dão a elas um efeito de deslocamento. O nome do artista está na base da capa em uma tipografia desenhada à mão, como se fosse projetada de baixo para cima, dando-lhe tridimensionalidade.

Nesta capa "dialogam várias vozes, ideologias e linguagens, relativizadas/devoradas por uma produção que usa de paródia, polêmica secreta, montagem, bricolagem, imagens surrealistas, corroendo a fruição-divertimento". (Favaretto, 1996: 69) Como a de Caetano, a capa é alegórica, pop, irreverente e antropofágica.

A antropofagia, no sentido de devoração e assimilação. Duarte já a mencionava em seu texto para a Revista Civilização Brasileira, em que aborda a questão do uso ou contemplação em relação ao sujeito e ao objeto:

> *por uso, entendemos um contato operatório entre o sujeito e o objeto. Poderíamos dizer também, em vez de contato operatório, relação consumatória ou mesmo antropofágica, para usar a expressão de Oswald de Andrade. Ele via o uso como um ato de deglutir a coisa. O uso como condição de experiência do desenho industrial em contraposição à atitude contemplativa da relação homem e arte. (Duarte, 1965: 230)*

Capa do disco GILBERTO GIL, 1968

estética e música

ROGÉRIO ERA UM PROFUNDO CONHECEDOR DA MAQUINARIA... ELE TINHA CONHECIMENTO DE TODA A PRODUÇÃO GRÁFICA.

A capa é uma colagem de imagens e referências. A semelhança com as fardas usadas pelos Beatles no LP *Sergeant Pepper's Lonely Hearts Club Band* (p. 5) não é mera coincidência. A relação com o regime que vivíamos também não o é. Favaretto diz que, quando se justapõem elementos diversos de uma cultura, obtém-se uma "suma cultural de caráter antropofágico. A mistura de elementos contraditórios – enquadráveis nas oposições arcaico-moderno – privilegia o efeito crítico que deriva da justaposição desses elementos" (idem). Aqui, o ato de combinar, repetir e sobrepor imagens expressa o aparecimento tumultuado e paradoxal de uma cultura urbanizada e industrializada. O verso da capa, assinado por Júlio Pio e Gaúcho, também exibe uma colagem. Várias fotos do cantor, ora cantando, ora pensando, são justapostas ocupando toda a extensão do invólucro, e sobre eles são colocados textos.

Mais uma vez, a capa estabelece um link direto com o conteúdo das canções. O design estabelece com a estética da Bossa Nova o mesmo nível de ruptura que as canções de Gil – subverte os paradigmas de clareza, simplicidade, "menos é mais", de comunicação direta, que eram valores já assimilados mas não interessavam para a materialização de ideias tropicalistas.

Para Rogério esta distinção entre forma e função nunca foi tão rígida; daí ele colocar a funcionalidade dos objetos dentro de uma gradação:

Eu estabeleci no meu trabalho uma outra visão teórica, na qual não havia categoria estanque, que se pudesse separar design de obra de arte. Havia uma gradação de funcionalidade que eu chamava de graus de determinação, aproveitando a própria terminologia matemática, ou seja, graus de contingência. Então, eu dizia, havia trabalhos que eram muito mais determinados pela função do que outros. Por exemplo, o cartaz cultural é uma coisa que tem um grau de liberdade muito maior do que, por exemplo, um rótulo de remédio onde a legibilidade se caracteriza por pressupostos. Como, por exemplo, num automóvel, um avião – a relação entre aerodinâmica, função e forma é muito mais determinante do que em outros objetos. Discussões com Aloisio Magalhães, Max Bense, a ideia das mercadorias enquanto

> *linguagem, os objetos enquanto linguagem, o estudo do kitsch me levaram à compreensão de que inevitavelmente todo objeto tem uma carga simbólica muito importante.*

Esses "graus de determinação" também estariam atrelados ao que Rogério chama de "conflito entre uso e contemplação", já mencionado. No seu artigo de 1965 para a Revista Civilização Brasileira, ele propõe:

> *tratar de analisar o uso como condição de experiência no desenho industrial, em contraposição à atitude contemplativa que é lugar-comum considerar como sendo o modo de relação entre homem e arte. Desde o início partimos da crença do desenho industrial como modo de ser da criação artística na vida moderna, por isso falaremos do uso como única relação possível com as formas válidas da arte contemporânea. (Duarte, 1965: 231).*

Rogério sabia que a capa de disco era um meio de expressão no qual podia colocar estas discussões, romper com o chamado modernismo racionalista, imposto via Bauhaus e sobretudo a Escola de Ulm. Sentado no chão de sua sala, ele diz:

> *eu me abeberando exatamente do populário [sic] que é um dos aspectos da estética tropicalista. Buscando nas raízes da produção cultural brasileira popular os elementos, os signos fundamentais para uma estética como na música que Villa-Lobos fez, a Tropicália começou a pesquisar toda a incomensurável riqueza do imaginário popular com seus milhões de soluções; não só popular no sentido da rua brasileira, mas também dentro do pop internacional. Tudo aquilo que não tinha status estético de "bom desenho", para usar o termo maniqueísta que Ulm usava, interessava a Tropicália.*

A música "Procissão", gravada por Gil em seu primeiro LP (Louvação, 1967), foi um dos seus primeiros sucessos. Com uma letra que fala das desigualdades sociais, a música tinha um arranjo que seguia o desenho linear das tradicionais músicas de procissão, que, com o teor de sua letra, dava a ela uma característica das canções de protesto. Nesse segundo LP, a canção volta totalmente transmutada, com as guitarras dos Mutantes, dando à música um ritmo pop, com mais agressividade. Essa mudança na canção mostrou ao público o novo caminho de Gil, assim como fez o design de Rogério, junto com Dias e Drew Zingg, na capa. O Brasil verde e amarelo manchado de sangue e metaforizado na capa cínica e debochada.

Miserere-re nobis

ORA PRO NOBIS

É no sempre será,

ô, iaiá

É no sempre,

SEMPRE SERÃO

O MULTINSTRUMENTISTA

Questionado sobre o fim da Tropicália, Rogério diz não acreditar em um encerramento absoluto do movimento. A Tropicália hibernou durante os "anos de chumbo", mas acordou e sobrevive até os dias de hoje de diferentes maneiras. Em entrevista ao jornal O Globo ele declara:

> *A manhã tropical é irreversível, nós vencemos a parada. Nós descompartimentamos a cultura, aprendemos a lição do modernismo e fomos mais longe, pois a Semana de 22 era um movimento das elites, fechados. A ruptura do Tropicalismo tornou possível, por exemplo, músicos como Luís Melodia, Djavan ou Carlinhos Brown. (Duarte, apud Pires, 1997: 5)*

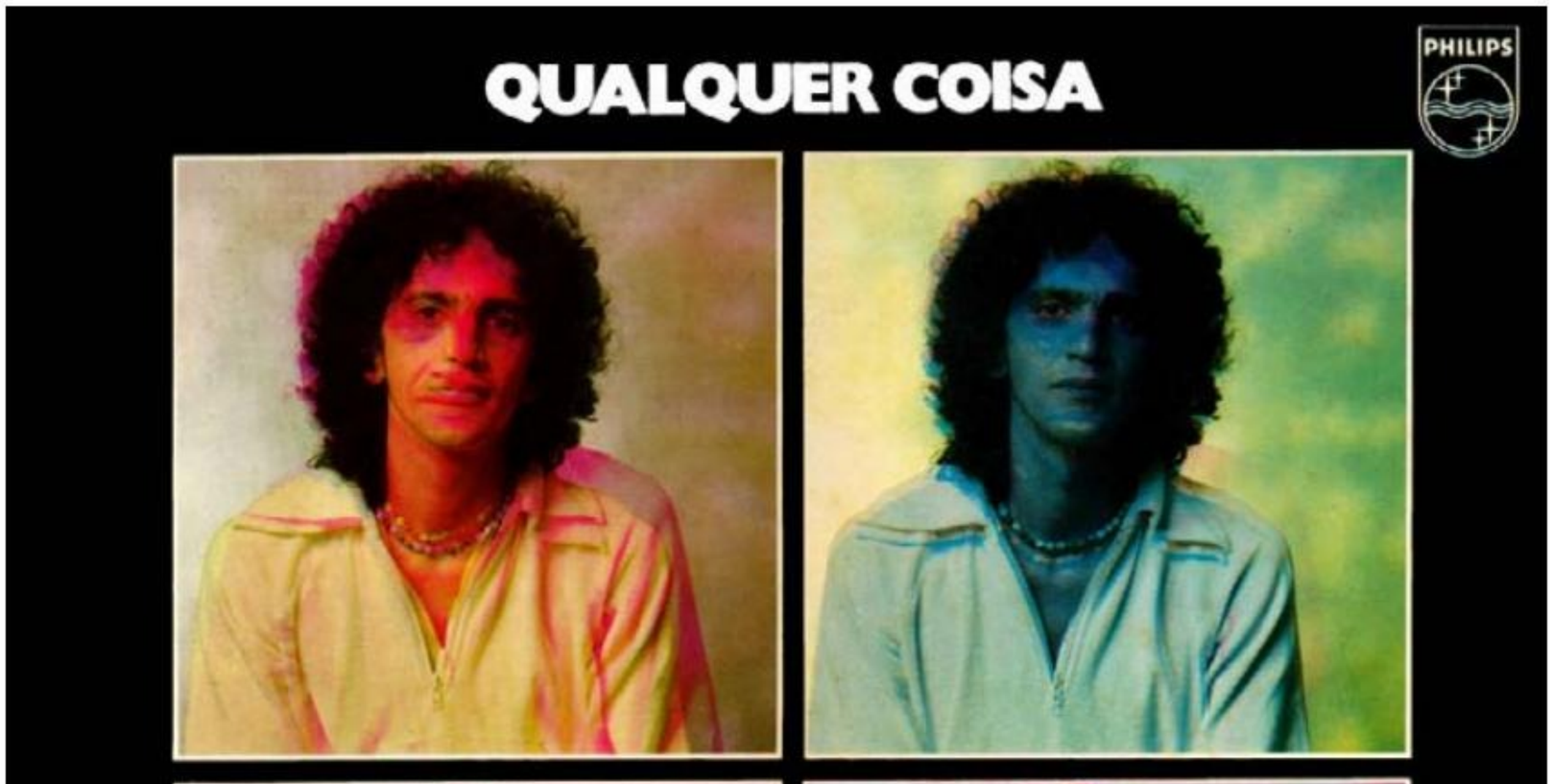
Três anos mais tarde, ele diria para esta entrevista:

> *A explosão tropicalista foi brutalmente arrasada, muita gente morreu, muita gente foi exterminada. [...] Ela ainda ficou moribunda dando seu perneio no início dos anos 70, mas o grande impacto foi entre 67 e 68. A grande produção tropicalista é interrompida brutalmente com o AI-5, mas eu não posso falar que ela foi encerrada. Ela só foi encerrada na medida em que os próprios tropicalistas foram encerrados. As pessoas têm compromissos com o que fazem ao longo da sua vida, que não se podem desfazer.*

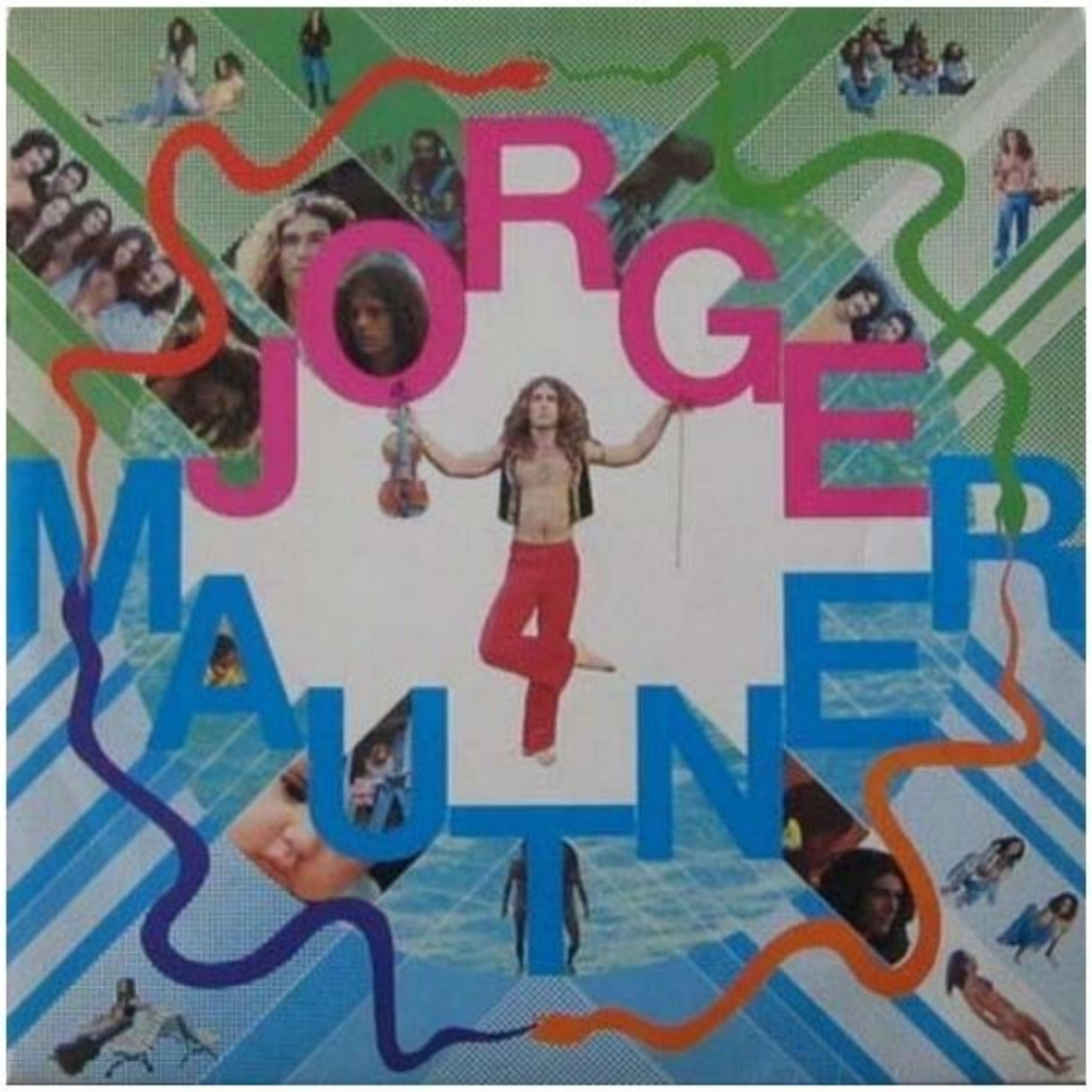
A importância do trabalho de Rogério Duarte para a Tropicália e para a história do design está estampada nas inúmeras capas de livros, nos cartazes, nos logotipos e nas capas de discos que ele orquestrou. Oscar Ramos, artista plástico e designer das capas pós-Tropicália, entre as quais a do disco Gal-Fatal (1971), fala de Rogério:

> *É um gênio [...] nada foi mais parecido com aquela época que Rogério Duarte. Todo comportamento, toda subversão, toda genialidade, toda verve e toda ausência de sentimento de culpa e de introspecção era uma energia completamente sintonizada com aquela época. É uma pessoa brilhante. As atitudes dele até hoje eu acho absolutamente sensacionais. As loucuras que ele tem ou o que a gente chama de loucura, na realidade é lucidez total.*

Cantar, 1974. Nesta capa Rogério tira partido da transparência das cores duplicando o título e colocando-o em movimento. Esse movimento, que simula a reverberação da voz no espaço, ecoa no retrato quase abstrato de Gal Costa. Entre o título e a foto, o detalhe do fio ondulado.



Qualquer coisa, 1975. Duarte apropria do disco Let it be dos Beatles e os substitui pela imagem duplicada de Caetano borrada graças à inversão e deslocamento dos fotolitos.



Jorge Mautner, 1974. A capa é uma mandala, composta de fotos dos músicos e amigos. A cobra que come a cobra (Uroboro), e o enforcado do tarô estão entre as múltiplas referências evocadas por Rogério. Na frente o branco aparece como figura e no verso a relação inverte.

Luciano Figueiredo, parceiro de Ramos na capa de Gal-Fatal e em outros discos, exalta a importância do trabalho de Rogério e o seu conhecimento gráfico. Conforme Figueiredo, "Rogério foi o designer que realmente inovou, trouxe novidade para as capas de discos brasileiras".

> *As capas de disco da Elenco, que são muito originais, muito bonitas aquelas fotos solarizadas, aqueles altos-contrastes, aquilo é uma coisa muito especial em capa de disco, mas não era uma novidade. Não era uma novidade no resto do mundo. Muitos artistas gráficos usavam aquele recurso, era uma coisa que estava no design internacional. Mas aqui tudo começa a tomar uma feição, tomar um aspecto diferente mesmo, com as capas que o Rogério fez. [...]. Além do que, Rogério era um profundo conhecedor da maquinaria, do processo final, industrial, da dosagem de tinta, etc. Ele tinha conhecimento de toda a produção gráfica.*

Aldo Luiz de Paula Fonseca, diretor de arte da gravadora Philips entre 1970 e 1980, conheceu e trabalhou com Rogério nos anos 70. Para ele, no início, foi muito difícil a convivência. O ambiente de gravadora era um meio burocrático e Rogério era um outsider. Suas idas lá eram por causa dos pedidos que Caetano e Gil faziam ao departamento de arte para que ele fosse o designer da capa. Algo Luiz observa que suas artes-finais eram caóticas, eram partituras que só poucos podiam entender e tocar. Conforme Luiz:

> *As pessoas do departamento de arte não aceitavam e não compreendiam as ideias de Rogério. Com paciência e reverência eu o chamei para perto de mim. Seus nervos estavam em frangalhos. Eu percebi que ele não era um cara maluco. Ele tinha um conteúdo enorme, mas que estava massacrado. Era um cara que tinha sido perseguido pela ditadura. Mas eu me encantei pelo conteúdo precioso que ele acumulava e alguém tinha que dar a mão.*

Assimilando e transformando todas as influências possíveis, Rogério desenvolve uma ponte entre design e arte de tal modo que fica difícil estabelecer onde uma termina e começa a outra. Mais uma vez citando seu artigo de 1965, ele dizia: "o desenho industrial é a forma por excelência da arte pós-Revolução Industrial e a modificação dos critérios trazida pela mecanização e suas consequências sociais abrange a totalidade da cultura". (Duarte, 1965: 229) É esta profunda interface com a esfera artística

que está presente nas capas de discos feitas por Rogério. Ele encontra no movimento tropicalista a seara perfeita para o desenvolvimento do seu trabalho.

O choque que Rogério provocou, inicialmente, com as capas de Caetano e Gil e depois com os trabalhos para os discos de Jorge Mautner, Gal Costa, Smetak, entre outros, traz uma série de questões para o design gráfico. Assim como a Tropicália, o design de Rogério não é uma forma fechada, por isso mesmo é difícil de ser digerida. Embrionariamente, Rogério apontava as questões de pós-modernidade na cena cultural brasileira. Conforme Cardoso (2000), "a condição pós-moderna exacerba uma série de questionamentos e contradições que sempre estiveram latentes. Mas cuja resolução antes era menos premente". Não se pretende aqui categorizar os projetos de Rogério como de design pós-moderno – embora as tendências não canônicas estejam articuladas com a emergência da pós-modernidade – mas sim chamar a atenção para um trabalho que rompeu com cânones, transgrediu regras e influenciou toda uma geração de capistas.

Diretor de arte da Prefeitura Municipal de Salvador, diretor do Museu de Arte Moderna de Brasília, Professor da Universidade de Brasília e da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, em todas essas instâncias. Rogério imprimiu sua personalidade criativa, polêmica e brilhante. Sem modéstia, afirma: "Fui meio solitário na arte gráfica dentro do Tropicalismo. Sem pretensões quero afirmar que, no design, eu fui único". Com certeza.

Lista de Figuras

Gerald Holtom, 1958 Pág. 14

Revista OZ. Pág. 20

Poster da Escola de Belas Artes , Paris, 1968. Pág. 23

Cartaz de concerto para o Grateful Dead, 1966. Pág. 27

David Lance Goines, cartaz de cinema, 1973. Pág. 31

Pôster de cinema criado por Eduardo Munoz Bachs e René Azcuy. Pág. 16

Revista ONTBIJT OP BED, edição N. 750. Pág. 20

Jornal de Paris, 1968. Pág. 23

Wes Wilson, cartaz de concerto para the association, 1966. Pág. 27 e 67

Lee Conklin e Herb Greene, pôster, 1969. Pág. 33

Pôster criado em 1968 para celebrar o "Dia da Guerrilha Heróica". Pág. 17

Edição de novembro de 1966 da revista ONTBIJT OP BED fechada. Pág. 21

Pôster College of Environmental Design, 1970. Pág. 24

Wes Wilson, pôster, 1966. Pág. 28

Jimi Hendrix em show. Pág. 35

Pôster Victor Moscoso, 1967 Pág. 19

Edição de novembro de 1966 da revista ONTBIJT OP BED poster desdobrado. Pág. 21

"I Want Out" (Quero sair 'da guerra'), 1971. Pág. 24

Victor Moscoso, cartaz, 1967, pág. 29 e 71

Martin Sharp, Pôster Exploding Hendrix, 1968. Pág. 35

Pôster do concerto, 1969, Lee Conklin. Pág. 19

Pôster "SOMOS O PODER" , Paris, 1968. Pág. 22

Comitê para desacreditar a guerra do Vietnã, 1971. Pág 24

Victor Moscoso, cartaz, 1967. Pág. 29

Folheto produzido pelo governo dos EUA, 1969. Pág. 36

Capa Lawrence Schiller, LSD 1966. Pág. 38

Revista 1973, Issue 2 por Wolfgang Weingart. Pág. 44

Primeira edição de fanzine inglesa I-D em 1980. Pág. 49

Letterings populares dos anos 60. Pág. 56

Poster para o concerto "Captain Beefheart" (1966). Pág. 68

Capa PINK FLOYD Hipgnosis, Ummagumma, 1968. Pág. 38

Pôster de Victor Moscoso para Family Dog de 1966. Pág. 45

Art Nouveau Poster A. Turbayne 1896. Pág. 50

Pôster por Wolfgang Weingart, 1962. Pág. 60

Cartaz 1966 para último concerto dos Beatles, Wes Wilson. Pág. 69

Capa da revista americana LIFE, 1966. Pág. 39

The Neon Rose series, 1967. Pág.46

Pôster Victor Moscoso, QUICKSILVER MESSEN, 1967. Pág. 50

Victor Moscoso para Avalon Ballroom 1967. Pág. 64

Cartaz para "PABLO FERRO FILMS" (1967). Pág. 70

Cartaz do Atelier Populaire de maio de 1968. Pág. 43

Livro Marinetti, Copertina di Zang tumb tumb, 1914. Pág. 47

The Paul Butterfield Blues Band, Charles Lloyd Quartet 1967 por Wes Wilson. Pág. 54

Pôster por Gary Grimshaw para Grande Ballroom. Pág. 65

Para o concerto dos Big Brother and The Holding Company, em 1967. Pág. 71

Cartaz do Atelier Populaire de maio de 1968. Pág. 43

Pôster Banshees Concert, 1977. Pág. 47

Poster de 1966 por Wes Wilson. Pág. 55

Pôster psicodélico por Gary Grimshaw. Pág. 65

Cartaz de um concerto para o "Grateful Dead", 1967. Pág. 72

Cartaz do concerto de "The Jefferson Airplane" (1967) Pág. 73

Rick Griffin - "flying eyeball". Pág. 77

Poster para o grupo alemão de música eletrônica Tangerine Dream, 1976. Pág. 82

Poster da Arte da capa de albúm Spirt da banda Earth, Wind & Fire, 1974. Pág. 85

Pôster para Bob Dylan's Greatest Hits (1967), Milton Glaser. Pág. 90

Cartaz para o "Birds" (1968) Pág. 73

Capa por Rick Griffin para o Grateful Dead's 1969. Pág. 78

Poster Sol Blackee (1969). Pág. 83

Poster The dream merchant fairies, 1965. Pág. 86

Capa de disco para THE SOUND OF HARLEM, 1964. Pág. 93

Selos para comemorar a "Expo "74". Pág. 74

Poster para a banda The Who, 1969. Pág. 79

Poster de Nova Iorque (1968) Pág. 83

Pôster The Trip (1968) Pág. 87

Disco da gravadora Elenco, Antonio CArlos Jobim, 1963. Pág. 96

Cartaz "Love" (1967), o estilo psicodélico vendável. Pág. 75

Poster de album para a banda Cat Stevens, 1971. Pág. 80

Poster para divulgação da animação "Kachi Kachi Yama" (1965). Pág. 84

Cartaz de Seymour Chwast, 1968. Pág. 89

Disco da gravadora Elenco, Nara Leão, 1963. Pág. 96

Em 1968, Max assinou uma coleção de relógios para a General Electric. Pág. 75

Poster da banda Emerson, Lake & Palmer, 1973. Pág. 81

Poster A La maison de m.civecawa (1965). Pág. 85

Tipografias desenhadas pelo Estúdio Push Pin. Pág. 89

Disco Zimbo Trio Vol. II, 1966. Pág. 97

Disco da gravadora Som Maior, OCTETO de César Camargo Mariano. Pág. 98

Capa de disco feita por Carlos Prósperi. Pág. 100

Cartaz para o Cinema Novo, (1964), de Glauber Rocha. Pág. 104

Capa de disco Gal Costa, 1974, por Rogério Duarte. Pág. 115

Disco da gravadora Som Maior, Sambalanço Trio. Pág. 98

Capa de disco-manifesto Tropicália, feita por Rubens Gerchman. Pág. 101

Cartaz para Cinema Novo, O herói Intergalático (1969), de André Luis Oliveira. Pág. 106

Capa de disco Caetano Veloso, 1975, por Rogério Duarte. Pág. 116

Disco da gravadora Som Maior, Sambrasa Trio. Pág. 99

Capa de disco Beatles. Pág. 101

Cartaz para o Cinema Novo, A Opinião Pública (1967), de Arnaldo Jabor. Pág. 107

Capa de disco Jorge Mautner, 1974, por Rogério Duarte. Pág. 117

Capa de disco A opnião de Nara. Pág. 100

Verso do disco Caetano Veloso. Pág. 102

Verso de disco Gilberto Gil, 1968. Pág. 109

Verso de disco Jorge Mautner, 1974, por Rogério Duarte. Pág. 117

Capa de disco Geraldo Vandré, 1966. Pág. 100

Capa de disco Caetano Veloso. Pág. 103

Capa de disco Gilberto Gil. Pág. 109

Glossário

ART NOUVEAU - Estilo ornamental utilizado em arquitetura, decoração, joalheria, ilustração etc., que se caracterizam pelo uso de linhas longas, ondulantes e assimétricas, muitas vezes apresentando elementos que lembram formas da natureza.

ARTE POP - Movimento artístico surgido na década de 1950 na Inglaterra, mas que alcançou sua maturidade na década de 1960 nos Estados Unidos. A arte pop propunha que se admitisse a crise da arte que assolava o século XX desta maneira pretendia demonstrar com suas obras a massificação da cultura popular capitalista.

CRIPTOGRAFICAMENTE - Conjunto de regras que visa codificar a informação de forma que só o emissor e o receptor consiga decifrá-la.

DESKTOP PUBLISHING - Consiste na edição de publicações, através da combinação de computador, programa de paginação e impressora.

DIAGRAMADO - Elementos gráficos distribuidos no espaço limitado da página que vai ser impressa ou outros meios.

EFÍGIE- Representação de uma pessoa numa moeda, pintura ou escultura.

ESTENCEIS - Prancha com o preenchimento do desenho vazado por onde passará a tinta. O estêncil obtido é usado para imprimir imagens sobre inúmeras superfícies, do cimento ao tecido.

ESTILO INTERNACIONAL - Padronização da forma visual através de informações simples, concretas e racionais, eliminando qualquer tipo de interferência visual, com o objetivo de ser compreendida universalmente.

EXCRESCÊNCIAS - Aquilo que está em excesso; o que nasce a mais.

FOMENTADA - Que foi estimulada, apoiada por alguém, algo ou por alguma instituição.

FOTOCOMPOSITORA - Máquina de composição que, através de projeção sucessiva de letras sobre um filme, vai fotograficamente formando palavras, linhas e páginas, para a utilização na litografia.

FOTOLITO - Desenho que serve como base para a confecção de uma matriz serigráfica, sendo que esse deve ser confeccionado sempre em cor escura (preto). O fotolito tem como objetivo bloquear a passagem de luz, o que proporcionará a gravação de um desenho em uma tela de poliéster.

FOUNDRIES - Fábrica onde o metal é derretido e derramado em containers de formatos especiais para produzir objetos como rodas e barras.

GRAFISMOS - A arte em que são mais relevan- tes as formas, as cores e detalhes do que a figura ou representação. A arte do grafismo é simples e exuberante das cores, criando conceitos como a repetição, ritmo, equilíbrio e escala. O grafismo pode mostrar uma ideia estática ou com a sensação de movimento.

IMPRESSÃO OFFSET - A impreesão offset é ideal para grandes quantidades de impressos pois o papel corre pela máquina, e não precisa de muita intervenção humana enquanto o processo é feito.

KERNS - Espaçamento entre as letras, que pode ser ajustado de acordo com a sua necessidade.

LUZES ESTROBOSCÓPICAS - Luzes que se movem tão rápido que é impossível vê las.

MODERNISMO - Conjunto de movimentos cultu- rais, escolas e estilos que permearam as artes e o design da primeira metade do século XX.

MODULAÇÃO DE COR - Variação na intensidade e tonalidade da cor.

MOMA - Museu de Arte Moderna localizado em Nova Iorque fundado no ano de 1929 como uma instituição educacional. Atualmente é um dos mais famosos e importantes museus de arte moderna do mundo.

MOVIMENTO OP - Significa "arte ótica". Defendia a arte "menos expressão e mais visualização".

NIILISTA - Doutrina filosófica que indica um pessimismo e ceticismo extremos perante qualquer situação ou realidade possível. Consiste na negação de todos os princípios religiosos, políticos e sociais.

READY-MADE - Estratégia que refere-se ao uso de objetos industrializados no âmbito da arte, desprezando noções comuns à arte histórica como estilo ou manufatura do objeto de arte e referindo sua produção primariamente à ideia.

RETÍCULAS - Método utilizado para o proces- samento da seleção de cores, que acontece sempre que se trata de originais de tom con- tínuo (como fotos ou imagens digitais) que necessitam dessa transformação, de imagem contínua em retícula, para que, quando o material estiver pronto, o cliente que estiver olhando o material ter a impressão de a imagem ser contínua. Esse processo é conhecido como

Reticulagem, ligado diretamente a qualidade dos impressos. Retículas são pontos que formam e dão essa impressão de a imagem ser contínua.

SIMBOLISTAS - Pessoas que participavam do movimento poético que teve a sua origem no final do século XIX, na França. Foi dada a designação de "simbolismo" graças ao soneto "Correspondências" de Baudelaire.

SLOGAN- Frase de fácil memorização que resume as características de um produto, serviço ou até mesmo pessoa.

TIPÓGRAFO - Aquele que trabalha em serviços de tipografia (composição, paginação, impres- são etc.).

TIPOS METÁLICOS - Formato de letras, algarismos e outros caracteres do alfabeto, formando um conjunto de sinais com estilo próprio em corpos de metal, que eram utilizados para os primeiros tipos de impressões.

UNIVERSO UNDERGROUND - Ambiente cultural que foge dos padrões comerciais, dos modismos e que está fora da mídia. Também conhecido como Cultura Underground ou Movimento Underground, para designar toda produção cultural com estas características, ou Cena Underground, usado para nomear a produção de cultura underground em um determinado período e local.

VANGUARDAS - Período caracterizado por movimentos artísticos nas artes plásticas, literatura, música, arquitetura e cinema, muitas vezes provenientes de países diferentes, com propostas específicas, embora se aproximas- sem certos traços mais ou menos comuns, como o sentimento de liberdade criadora, o desejo de romper com o passado, a expres- são da subjetividade e certo irracionalismo.

Bibliografia

A DIVERSIDADE DOS ANOS 70 . (4 de Outubro de 2016). Fonte: Desinteração: http://desinteracao.tumblr.com/post/28588334976/a-diversidade-dos-anos-70

ARTES VISUAIS. (4 de Outubro de 2016). Fonte: Wooz: http://www.wooz.org.br/artesmonografia1.htm

BARNICOAT, J. (1986). A concise history of posters. Thames and Hudson.

BILL GRAHAM PRESENTS (Posters). (4 de Outubro de 2016). Fonte: Wes Wilson: http://www.wes-wilson.com/bill-graham-presents.html

DA SILVA FILHO, F., & Silveira, N. (1 de Outubro de 2016). Origens e impacto da contracultura psicodélica no design gráfico. Fonte: A flor psicodélica: das raízes ao olor: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1416-1.pdf

DESINTERAÇÃO. (22 de Setembro de 2016). Fonte: Os cartazes psicodélicos e seus designers: http://desinteracao.tumblr.com/post/37047724200/os-cartazes-psicod%C3%A9licos-e-seus-designers

ERLEWINE, M. (20 de Setembro de 2016). Wes Wilson. Fonte: A brief biography by Michael Erlewine: http://www.wes-wilson.com/a-brief--biography-by-michael-erlewine.html

FARIAS, P. (1998). Tipografia digital. São Paulo: 2AB Editora.

FONSECA, J. d. (2008). Tipografia & Design Gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros. Porto Alegre: Bookman.

HOLLIS, R. (2000). Design Gráfico: Uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes.

MEGGS, P. B. (2009). História do Design Gráfico. São Paulo: Cosacnaify.

MELO, C. H. (2008). O Design Gráfico Brasileiro: Anos 60. São Paulo: Cosacnaify.

MESTRES DA PSICODELIA GRÁFICA. (22 de Setembro de 2016). Fonte: Limonada Hippie: http://limonadahippie.blogspot.com.br/2014/12/mestres-da-psicodelia-grafica.html

O DESIGN DOS ANOS 60. (20 de Setembro de 2016). Fonte: Design Innova: https://designinnova.blogspot.com.br/2011/03/o-design-dos-anos-60.html

O NOVO DESIGN. (1 de Outubro de 2016). Fonte: Estagio de Artista: http://www.estagiodeartista.pro.br/artedu/histodesign/6_novodesign.htm

PERRONE, C. (2004). Psicodélicas- um tipo muito louco. São Paulo: Rosari.

PSYCHEDELIC POSTER ART BY VICTOR MOSCOSO. (4 de Outubro de 2016). Fonte: Transpersonal Spirit: https://transpersonalspirit.wordpress.com/2012/11/10/psychedelic-poster-art-victor-moscoso

PUSH PIN: DESIGN DE VANGUARDA E CONTESTADOR. (Julho de 2009). Edição nº 12 . ABC Design.

ROZA, F. C., & Santos, M. R. (1 de Outubro de 2016). Cartazes Psicodélicos: Origens e Influências. Fonte: <https://pt.scribd.com/document/318735032/Cartazes-Psicodelicos-Origens-e-Influencias

TORRES, F. G. (2005). O Psicodelismo no Design Gráfico. São Paulo: Faculdade Senac de Comunicação e Artes.

UM JAPONES PSICODÉLICO DOS ANOS 70. (4 de Outubro de 2016). Fonte: IdeaFixa: https://www.ideafixa.com/um-japones-psicodelico--dos-anos-70

UMA VIAGEM ESPECIAL PELA PSICODELIA EM 50 DISCOS. (20 de Setembro de 2016). Fonte: Mistura Urbana: http://misturaurbana.com/2011/09/especial-uma-viagem-pela-psicodelia-em-50-discos

WES WILSON – PAI DOS POSTERES PSICODÉLICOS. (27 de Setembro de 2016). Fonte: Musica Pave: http://musicapave.com/artes-visuais/wes--wilson-pai-dos-posteres-psicodelicos

Livro composto nas fontes Alegreya, Alegreya Sans,
Myra 4F Caps, Blenny Trial, Movavi Grotesque.
Impresso em papel alta alvura 90 gr.

TIPOGRAFIA, CORES E FORMAS OH YEAH!

A música e todas as formas de arte das décadas de 60 e 70 influenciaram muito a produção gráfica, pois também a utilizaram como meio de expressão e linguagem. Os pôsteres e capas de discos vieram para quebrar padrões, divulgando mensagens que podiam ser protestos ou simplesmente uma viagem alucinógena. Neste panorama, selecionamos peças das duas décadas, reunimos os processos de criação das tipografias, o uso de cores e elementos gráficos e apresentamos neste recorte, um breve panorama da conturbada cena cultural e gráfica destes períodos.

ISBN 206-11-492-2061-4